PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, DAN REPUTASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IM3.

(Studi Pada Penduduk Desa Kelutan-Ngronggot-Nganjuk)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen

OLEH :
MUHAMMAD AGUS SUPRIYANTO
NPM: 11.1.02.02.0220

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh:

MUHAMMAD AGUS SUPRIYANTO

NPM : 11.1.02.02.0220

Judul:

PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, DAN REPUTASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IM3.

(Studi Pada Penduduk Desa Kelutan-Ngronggot-Nganjuk)

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 03 Desember 2015

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Prof. Dr. H Sugiyono, MM	Moch. Wahyu Widodo, S.E, M.M
NIP. 0709076301	NIDN. 721088501

Skripsi oleh :

MUHAMMAD AGUS SUPRIYANTO

NPM : 11.1.02.02.0220

Judul :

PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, DAN REPUTASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IM3.

(Studi Pada Penduduk Desa Kelutan-Ngronggot-Nganjuk)

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian / Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada Tanggal: .....

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan.

Panitia Penguji:

1. Ketua : Prof. Dr. H Sugiyono, MM
2. Penguji I : Dr. Subagyo
3. Penguji II : Moch. Wahyu Widodo, S.E, M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo

ABSTRAK

Muhammad Agus Sipriyanto. Manajemen. 11.1.02.02.0220 : Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Reputasi terhadap kepuasan pelanggan IM3.studi penduduk Desa Kelutan , Skripsi, Manajemen, FE UNP Kediri, 2015.

Dewasa ini dunia usaha semakin berkembang dengan sangat pesat dan cepat, semua berlomba untuk menampilkan usaha yang sangat beragamdan menarik, sehingga mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang ketat. Hal ini juga dirasakan oleh PT. Indosat "IM3" harus membuat beberapa perbaikan dan inovasi agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan konsumen yang puas. Atas dasar hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Reputasi terhadap kepuasan pelanggan IM3 baik secara persial maupun simultan. Variabel penelitian yang digunakan adalah (1) Pelayanan (2) Fasilitas, (3) Reputasi, dan (4) kepuasan pelanggan.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Accidental Sampling Method.* Sampel dalam penelitian adalah 40 orang konsumen dari penggunan kartu prabayar IM3di Desa Kelutan Kecamtan Ngronggot Kabupaten Nganjuk dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif, menggunakan analisis linier berganda. Analisis kualitatif merupakan interprestasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dengan memberikan keterangan dan penjelasan.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga dapat disimpulkan bahwa semakin baik pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, reputasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga reputasi yang diciptaan oleh perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Pelayanan, Fasilitas, Reputasi, Kepuasan Pelanggan.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan kebutuhan yang *universal* bagi setiap manusia. Tanpa komunikasi, manusia tidak dapat saling mengenal secara lebih dekat antara manusia yang satu dengan manusia lainnya. Walaupun bahasa yang digunakan oleh setiap manusia di muka bumi ini berbeda-beda, tetapi komunikasi merupakan sarana yang efektif dalam berinteraksi antara sesama manusia. Teknologi komunikasi pada masa sekarang ini berkembang pesat sehingga memudahkan orang dalam mengirim maupun menerima berita dengan cepat, mudah dan fleksibel.

Setiap manusia mempunyai selera yang berbeda-beda akan kebutuhan sarana komunikasi. Ada orang yang merasa kebutuhan dalam berkomunikasi sudah cukup dengan sarana komunikasi telepon rumah, tapi disisi lain ada orang yang merasa kurang cukup dengan telepon rumah saja. Bagi orang yang selalu *mobile* atau aktif, sarana komunikasi melalui telepon rumah saja tidaklah cukup. Telepon selular (ponsel) merupakan jawaban atas keterbatasan sarana komunikasi yang dialami mereka. Bagi orang yang tidak mempunyai telepon rumah (*fix line*) telepon seluler adalah satu-satunya sarana komunikasi yang dapat diandalkan oleh mereka yang tidak mempunyai telepon rumah.

Namun fenomena yang dihadapi oleh kartu IM3 saat ini adalah pesaingan dalam kartu seluler. Dan selain itu kurangnya pelayanan yang dilakukan oleh kartu IM3 jika dibandingkan dengan pesaing. Melihat dari kegiatan pelayanan, fasilitas dan reputasi yang dilakukan oleh kartu IM3 ini maka perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh pelayanan, fasilitas dan reputasi hubungannya kepuasan pelanggan. Salah satu tujuan alasan yang mendasar sehingga perlu dilakukan penelitian kaitannya dengan Kepuasan pelanggan prabayar khususnya pada Kartu prabayar IM3 karena pelayanan, fasilitas dan reputasi adalah salah satu bagian yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan prabayar, sebab tanpa pelayanan, fasilitas dan reputasi yang interaksi dari tiga hal tersebut maka setiap perusahaan tidak akan dapat melakukan aktivitas perusahaan sesuai dengan tujuannya. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti judul penelitian “Pengaruh Pelayanan,

Fasilitas Dan Reputasi Terhadap Kepuasan Pelanggan IM3. (Studi Pada Penduduk Desa Kelutan Kecamatan Kelutan Kabupaten Nganjuk)."

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulis dapat mengidentifikasi. Kegiatan memasarkan suatu produk dipengaruhi oleh interaksi tiga hal yang biasa disebut pelayanan, fasilitas dan reputasi, Perusahaan menghadapi persaingan di pasar perlu strategi pemasaran perusahaan yang tepat, upaya ini dilakukan dengan maksud untuk mencari informasi tentang *factor – factor* yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk.

Konsumen bisa dikatakan puas pada suatu produk bilamana konsumen tersebut mempunyai komitmen untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian di lain kesempatan. Konsumen mungkin juga tidak puas dengan produk yang ditawarkan dengan melihat produk lain yang sejenis.

C. Batasan Masalah

1. Subjek penelitian disini adalah penduduk Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk yang menggunakan atau pernah menggunakan kartu prabayar IM3, hal ini diketahui dengan melakukan wawancara dan memberikan daftar pertanyaan secara langsung terhadap calon respon den sebelum melakukan penelitian
2. Variabel yang akan diteliti hanya terbatas pada Pelayanan, fasilitas dan reputasi, serta kepuasan konsumen kartu prabayar IM3.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna provider IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk ?
2. Apakah ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pengguna provider IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk ?
3. Apakah ada pengaruh reputasi terhadap kepuasan pelanggan pengguna provider IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk ?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan pelayanan, fasilitan dan reputasi terhadap kepuasan pelanggan pengguna provider IM3

di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna ponsel IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pengguna ponsel IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap kepuasan pelanggan pengguna ponsel IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, fasilitan dan reputasi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna ponsel IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dipergunakan sebagai salah satu referensi keilmian bagi kepentingan penulisan atau penelitian lain dalam masalah yang terkait dimasa yang datang.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dipergunakan sebagai penerapan ilmu pengetahuan teoritis kedalam situasi nyata dan dapat dijadikan refrensi atau acuan dalam pengembangan penelitian pada masa yang akan data.

b. Bagi Manajer Perusahaan

Memberikan informasi penting tentang faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan l terhadap produk jasa dari perusahaan.

BAB II

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Penelitian

a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Di dalam penelitian yang menjadi variabel bebas adalah Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Reputasi (X3).

2. Definisi Operasional Penelitian
   a. Kepuasan pelanggan (Y), variabel Kepuasan pelanggan diukur dengan indikator sebagai berikut: 1) Kepuasan layanan secara keseluruhan, 2) Kepuasan dikaitkan dengan bisnis provider secara umum, dan 4)Perbandingan antara harapan dan kenyataan
   a. Pelayanan (X_1), variabel Pelayanan diukur dengan indikator sebagai berikut: 1) Pendukung fisik sistem operasinya ($X_{1.1}$), 2) Kualitas jasa ($X_{1.2}$), dan 3) Interaksi karyawan dengan pelanggan ($X_{1.3}$)
   b. Fasilitas (X2), variabel Fasilitas diukur dengan indikator sebagai berikut: 1) Fasilitas penunjang pelayanan ($X_{2.1}$), 2) Kelengkapan fasilitas($X_{2.2}$), dan 3) Optimalisasi fungsi fasilitas($X_{2.3}$)
   c. Reputasi (X3), variabel Reputasi diukur dengan indikator sebagai berikut: 1) Tingkat keberhasilan provider ($X_{3.1}$), 2) Perbandingan dengan pesaing ($X_{3.2}$), dan 3) Reputasi menurut teman dan keluarga ($X_{3.3}$)

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian
   1. Teknik Penelitian

      Teknik penelitian ini dengan *survey* yang menggunakan angket (koesioner).
   2. Pendekatan Penelitian

      Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

C. Tempat dan Waktu Penelitian
   1. Tempat Penelitian

      Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk Tempat dilaksanakannya penelitian di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk..
   2. Waktu Penelitian

      Keseluruhan pelaksanaan hingga penyelesaian karya ilmiah ini direncanakan 6 bulan yakni dari bulan juli 2015 sampai dengan bulan desember 2015.

D. Populasi dan Sampel
   1. Populasi

      Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan IM3 pada Penduduk Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk sebanyak 3919 Penduduk, Suber Kantor Desa Kelutan Kecamtan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *insidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik teknik *nonprobability sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang yang respondennya berasal dari pelanggan IM3

E. Validasi Instrumen

1. Uji Validitas

Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variable dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2006).

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Data yang didapatkan berupa jawaban dari pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu: 1) uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinear, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas), 2) analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis

BAB III

HASIL DAN KESIMPULAN

B. Hasil

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,030 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,005 tersebut < 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga dapat disimpulkan bahwa semakin baik pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.Hasil penelitian ini

sejalan dengan pendapat Sugihartono (2008) yang menyatakan bahwa salah satu upaya untuk menciptakan, memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas secara konsisten dan nilai yang lebih baik pada setiap kesempatan serta memberikan jasa yang lebih unggul dari pesaing.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,931 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Wibowo(2010) membuktikan bahwa variabel fasilitas berpengaruh atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan .

3. Pengaruh Reputasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara reputasi terhadap kepuasan pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,227 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,032 tersebut < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa reputasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga reputasi yang diciptaan oleh perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.Reputasi yang baik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Suryanto (2002) menunjukkan bahwa semakin tinggi reputasi semakin tinggi kepuasan pelanggan. Lebih lanjut hasil penelitian dari Azizah (2004) menunjukkan bahwa reputasi

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

C. Kesimpulan

1. Ada pengaruh signifikan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
2. Ada pengaruh signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.
3. Ada pengaruh signifikan antara reputasi dengan kepuasan pelanggan IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

Ada pengaruh signifikan antara pelayanan, fasilitas, dan reputasi dengan Ada pengaruh signifikan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan IM3 di Desa Kelutan Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk.

BAB IV

DAFTAR PUSTAKA

Aaker dan Keller, 1990, "*Linking Service Quality Customer Satisfaction and Behavioral Intention"*, Journal Of Health Care Marketing, Vol 9.

Algifari, 2000, Analisis Regresi, *Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.

Andreassen, Tor Wallin (1994), "*Satisfaction Loyalty and Reputation Indicators of Customer Orientation in the Public Sector"*, International Journal of Public Sector Management, *Vol 7.*

Assauri, Sofyan, 2003, "*Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction"*, Usahawan No. 01 th XXXII Januari, Jakarta.

Antara, 2007, Pelanggan Ponsel di Indonesia pada saat ini mencapai 80,7 juta pelanggan, Antara.

Azizah, Dwi Hasnawati, 2004, "*Analisis Faktor – Faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Pelayanan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Suatu Studi Kasus pada Nasabah di BRI Cabang Kebumen)*, Skripsi, USM, tidak dipublikasikan.

Djarwanto PS dan Subagyo, Pangestu, 1998, *Statistik Induktif*, Edisi keempat, BPFE, Yogyakarta.

Dewi Retno Indriaty (2010) *Meneliti Mengenai "Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa*

Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien"

Engel, JF, RD Blockwell, D.W Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 3, Badan Penerbit Undip, Semarang.

Gronross, 1998, *"A Service Quality Model and its Marketing Implication"* ,European Journal of Marketing, Vol 18, Hal 36 – 44. Hadiati, Sri, 2003, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Widyana Malang*", Kompak,, Nomor 8, Mei Agustus, Malang.

Kotler Dan Armstrong, 2004. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Jilid Tujuh , Edisi Sembilan . Jakarta

Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran* ; Analisa Perencanaan, dan Pengendalian, Edisi keempat, Jilid II, Erlangga, Jakarta. Kompas, 29 Januari 2002, *Perkembangan layanan telepon selular / ponsel sekarang ini semakin meningkat*, Kompas

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.

Lilik Wahyu Catur Wibowo (2010) *Meneliti Mengenai "Analisis Pelayanan, Fasilitas, Dan Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan IM3"*

Marlien dan Suprapto, Prihandayani, 2005, *Faktor – faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan terhadap Reputasi, Kepuasan serta Loyalitas PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Semarang Timur Branch Office*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol 12 No 2.

Mowen, J. C. and Minor M, 1995, *Consumer Behavior, 5 th ed. Upper Saddle River*, NJ : Prentice – Hall, Inc.

Parasuraman A, Zeithaml, A Valerie, dan Berry, Leonard L, (1988), *SERVQUAL : A Multiple – Item Scale For Measuring Consumer Perceptions OF Service Quality*, The Research Reported From Marketing Science Institute, Cambridge.

Purba, Rao, 1996, *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*,The Asian Manager, Februari-Maret.

Rahman, Fathur, (2002), *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Hotel Santika Semarang*, Skripsi, Unisula, Semarang, tidak dipublikasikan.

Ruyter dan Josse Bloemer, 1999, *Customer Loyalty in Extended Service Settings : the Iteration Between Satisfaction, Value Attainment and Positive Need*, International Journal of Service Industry Management, Vol 10.

Rudi Haryadi (2009) *Meneliti Mengenai "Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix"*

Santoso, Singgih, 2001, *Buku Latihan SPSS, Statistik Parametrik*, PT. Gramedia, Jakarta.

Selnes, Freud, 1993, *"an Examination of The Effect of Product Performance an Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty",* European Journal of Marketing, Vol 27.

Soelasih, Yasintha, 2003, "*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel X di Jakarta"*, Telaah Bisnis, Volume 4, Nomor 2, Jakarta. Stanton, William J, 1995, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I (Edisi Ketujuh), Jakarta : Erlangga.

Subroto, Budiarto dan Nasution, Dolly Sutajaya, 2001, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Studi Kasus di Perusahaan Penerbangan "X"*, Usahawan No,. 03 TH XXX, Jakarta.

Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

Suhartono, Dwi, 2001, *Kepuasan Pelanggan : Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen di Industri Perhotelan*, Usahawan No. 07 Th XXX Juli. Jakarta.

Suryanto L, Sugiyanto FX dan Sugiart, 2002, "*Analisis Faktor – faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah"*, Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 9/Juli. Th. VII.

Moureen Margaretha, 204 "*Studi MengenaibLoyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912"*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.III, No.3/Juli.

Supranto, J., 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, PT. Rineka Cipta Jakarta.

Suparmoko, 1996, *Metode Penelitian Praktis*, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta.

Swastha, Basu, 1994, *Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework*, 'Journal of the Academy of Marketing Science, Vol 22, NO. 2 (Spring)