# ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TELKOM INDONESIA Tbk. KEDIRI TAHUN 2016

**SKIRPSI**

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

OLEH :

**AN NISA NUUR RAHMA**
NPM: 12.1.02.02.0267

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi Oleh:

**AN NISA NUUR RAHMA**

NPM: 12.1.02.02.0267

Judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPUASAN TEHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk. KEDIRI TAHUN 2016**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal, 26 Juli 2016

| Pembimbing I, | Pembimbing II, |
|---|---|
| **Sri Aliami, Dr.** | **Edy Joko S. S.E.,M.Pd** |
| NIDN. 0716086403 | NIDN. 0715106203 |

Skripsi oleh:

**AN NISA NUUR RAHMA**
NPM: 12.1.02.02.0267

Judul:

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk. KEDIRI TAHUN 2016**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 8 Agustus 2016

**dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Sri Aliami
2. Penguji I : Prof., Dr., Sugiono, M.M.
3. Penguji II : Edy Djoko S, M.Pd,. M.M.

Mengetahui,

Dekan FE

**Dr. Subagyo, M.M.**
NIDN.0717066601

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT TELKOM INDONESIA Tbk. KEDIRI TAHUN 2016

An Nisa Nuur Rahma
12.1.02.02.0267
Ekonomi - Manajemen
Sanie14045@gmail.com
Dr. Sri Aliami, dan Edy Joko S. M.M., M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi komunikasi sangat berkembang, perusahaan dituntut untuk lebih diarahkan kepada kepentingan *steakholder* atau kelompok perusahaan dan salah satunya adalah kepentingan pelanggan *(customer oriented)* agar mendapatkan kepuasan pelanggan *(customer satisfaction).* Dengan meningkatkan kualitas layanan dan citra positif perusahaan akan mempengaruhi kepuasan dan pada akhirnya pelanggan akan loyal. Citra positif perusahaan didukung dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Permasalahan Permasalahan penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? (2) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? (3) Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? (4) Apakah kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode pengumpulan data pembagian kuesioner. Sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 pelanggan PT Telkom Kediri. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan software *SPSS for windows versi 23*.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) kualitas layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (2) kualitas layanan, citra perusahaan, kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**KATA KUNCI:** Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan

## I. LATAR BELAKANG

Dewasa ini kebutuhan informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting di negara-negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Dahulu, banyak hal yang tampak mustahil seperti berkomunikasi secara langsung dipisahkan dua benua secara *face to face*, dan pengiriman data dengan hitungan detik. Dalam beberapa waktu ini semakin berkembang pesat, apalagi di ikuti dengan perkembangan telepon seluler yang semakin marak akhir-akhir ini.

Setelah diamati bahwa perkembangan teknologi komunikasi sangat berkembang, otak manusia sudah semakin pintar dalam menghadapi era pasar bebas yang kompetitif yang kian menajam. Target atau sasaran harus lebih diarahkan kepada kepentingan kepentingan pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya, kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Membuat pelanggan menjadi setia atau loyal bukanlah perkara yang mudah. Dengan demikian loyalitas dapat terus dipertahankan apabila pihak penyedia jasa terus berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang diperhatikan perusahaan dalam menjual jasanya kepada pelanggan. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan adalah kemampuan perusahaan tersebut mengelola mutu sehingga mampu memberikan pelayanan yang memenuhi dan melebihi pengharapan konsumen.

Setiap perusahaan selalu berusaha membangun citranya yang positif dimata pelanggan. Citra dimaksudkan cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai citra, sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Citra perusahaan datang dari konsumen/pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, dan pihak-pihak lain yang memiliki kepedulian terhadap perusahaan tersebut.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat , diantaranya hubungan antara perusahan dan pelangganya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan terhadap suatu produk tertentu dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai memperoleh parteners.

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Telkom) merupakan Badan Usaha Milik Negara dan penyedia layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom menyediakan layanan jasa untuk para pelanggan, yang dapat berguna bagi perusahaan tersebut dalam memberikan kualitas layanan yang sebaik baiknya untuk pelanggan, dengan memberikan kualitas jasa yang baik pelanggan akan merasa puas dan akan menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menelaah lebih lanjut dengan mengadakan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kediri Tahun 2016.”**

## II. METODE

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati. Dari pengertian diatas, definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

**1. Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin (2005:31) Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan juga loyalitas pelanggan dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian yang konsisten.

Loyalitas Pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap jasa Telkom. Pada dasarnya loyalitas adalah keputusan pelanggan untuk secara suka rela, terus menerus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Ciri pelanggan yang loyal seperti melakukan pembelian ulang lebih dari tiga kali,ikut mempromosikan barang atau jasa tersebut kepada orang lain, membeli produk jasa lainnya dari perusahaan yang sama, menunjukkan ketidak tertarikan terhadap produk atau jasa dari perusahaan lain atau pesaing

**2. Kualitas Layanan**

Pengertian kualitas menurut Tjiptono (2011:59), adalah kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan

Kualitas layanan merupakan jasa yang diterima oleh pelanggan Telkom. Dalam penelitian ini kualitas layanan dapat diukur dengan beberapa indikator yang meliputi: bukti fisik (*tangibles)*, keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsieveness)*, jaminan *(assurance)*, empati *(emphaty).*

**3. Citra Perusahaan**

Menurut Soemirat & Ardianto (2004:53) citra perusahaan adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai citra, sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Citra perusahaan datang dari konsumen/pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, dan pihak-pihak lain yang memiliki kepedulian terhadap perusahaan tersebut.

Citra perusahaan merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan dimata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya.

Citra perusahaan dapat diukur melalui persepsi, sikap, motif, dan kognisi

**4. Kepuasan**

Menurut Tjiptono (2011:146), mendefinisikan kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap Telkom atau jasa yang telah digunakan dan dirasakannya sesuai dengan harapan. Kepuasan pelanggan dapat ditandai dengan merasa senang selama setelah melakukan pembelian produk atau merasakan layanan dari penyedia jasa, selalu melakukan pembelian ulang, memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan berbelanja yang tepat.

Teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian deksriptif kuantitatif. Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kediri Tahun 2016. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh agen pelanggan PT Telkom sebanyak 150 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *puposive sampling*, sampel diambil sebanyak 60 responden.

Untuk melihat dan mengetahui apakah ada pengaruh kualits layanan, citra perusahaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan PT Telkom Indonesia Tbk. Kediri Tahun 2016 menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

### A. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini penulis melakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas. Dari pengujian tersebut ditemukan hasil bahwa model penelitian terbebas dari asumsi klasik.

Hipotesis yang diajukan yaitu:

$H_0$: Kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

$H_a$: kualits layanan, citra perusahaan, dan kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji regresi dilakukan peneliti sebanyak satu kali sesuai dengan satu variabel dependen dan tiga variabel independen. pengujian ini dilakukan untuk meliahat pengaruh antara kualitas layanan, citra perusahaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Hasil uji regresi antara kualitas layanan, citra perusahaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel 3.1 dan 3.1 berikut:

**Tabel 3.1**

**Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji *t*)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 4,850 | 6,022 | | ,805 | ,424 |
| | Kualitas Layanan | ,380 | ,127 | ,326 | 2,999 | ,004 |
| | Citra Perusahaan | ,603 | ,183 | ,356 | 3,290 | ,002 |
| | Kepuasan Pelanggan | ,230 | ,105 | ,234 | 2,195 | ,032 |

*Sumber : Hasil output SPSS telah diolah 2016*

Berdasarkan Hasil uji parsial ($t_{hitung}$) dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel 3.1, diatas dapat diketahui nilai signifikan variabel kualitas layanan adalah 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel kualitas layanan < 0,05 yang berarti $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Nilai signifikan variabel citra perusahaan adalah 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel citra perusahaan < 0,05 yang berarti $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai signifikan variabel kepuasan adalah 0,032. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel promosi <0,05 yang berarti $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Hasil dari pengujian parsial ini adalah kepuasan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

**Tabel 3.2**

**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 726,883 | 3 | 242,294 | 11,653 | ,000[b] |
| | Residual | 1164,367 | 56 | 20,792 | | |
| | Total | 1891,250 | 59 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan

*Sumber : hasil Output SPSS telah diolah 2016*

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel 3.2 diperoleh nilai signifikan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel harga, kualitas produk, dan promosi < 0,05 yang berarti $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Hasil dari pengujian simultan

ini adalah kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Sesuai dengan penelitian Normasari (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan, survei pada tamu pelanggan yang menginap di Hotel Pelangi Malang. Hasil penelitian menujukkan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**(*Adjusted* $R^2$)**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ,620[a] | ,621 | ,634 | 4,560 | 1,996 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

*Sumber : Hasil output SPSS telah diolah 2016*

Dari tabel 3.3 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square = 0,634 yang berarti 63%) menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh sebesar 63% terhadap variabel terikat dan sebesar 37% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, data variabel kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan telah berdistribusi secara normal, dalam model ini tidak terjadi autokorelasi, dan hasil uji *Durbin Watson* juga tidak terjadi autokorelasi, serta pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar, hasil ini menunjukan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini telah memenuhi syarat yang ditentukan dalam penggunaan model regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Telkom Indonesia Kediri, Tbk.
2. Citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Telkom Indonesia Kediri, Tbk.
3. Kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Telkom Indonesia Kediri, Tbk.
4. Kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan secara simultan

berpengaruh signifikan loyalitas pelanggan di PT Telkom Indonesia Kediri, Tbk.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2010. Prosedur penelitian : *Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi).* Jakarta : Rineka Cipta.

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

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*, Jakarta : Erlangga Jasfar.

Hurriyati, R. 2008. *Bauran Pemasaran dan* Loyalitas *Konsumen.* Bandung: CV. Alfabeta

Jasfar, F. 2005. *Manajemen Jasa*: Pendekatan Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kotler, P & Keller, K.L (Eds). 2012. Manajemen *Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen* Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Lovelock, C.& Wright, L. 2007. Manajemen *Pemasaran Jasa.* Jakarta: PT. Indeks.

Lupiyoadi, R. & Hamdani, A. 2006. Manajemen *Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.

Mardikawati, W. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi Po Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis* (Online). 2:1. Tersedia: http://www.ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/5355/4810. Diunduh 22 Januari 2016.

Nugroho, N. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Speedy Telkom Di Kota Surakarta. 12:02.* http://download.portalgaruda.org/article.php?article=396392&val=8641&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20DAN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20%20(Survey%20pada%20Pelanggan%20Speedy%20Telkom%20di%20Kota%20Surakarta). Diunduh 3 Mei 2016.

Normasari, S. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang.* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) (Online). 6:02. http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/286/479 , diakses 3 Mei 2016.

Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). Consumer *Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran.* Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.

Putra, D.N. 2014. *Pengaruh Kualitas* Layanan *dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Pariwisata. (Studi Kasus Pada PO. Barokah Kediri).*Skripsi. Tidak dipublikasikan. Malang: Universitas Negeri Malang.

Sigit, R.D. 2014. *Pengaruh Kualitas* Pelayanan *Terhadap Kepuasan Pelanggan*

*Pengguna Jasa Telkom Speedy (Studi Kasus Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Bandung).* Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Universitas Telkom Bandung.

Soemirat, Sholeh & Ardianto, Elvinaro. 2004. *Dasar-dasar Public Relations.*Bandung: Rosdakarya.

Subagyo. 2013. *Statistik Deskriptif,* Edisi 5. Yogyakarta: BPFE.

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian* Bisnis. Jilid dua. Jakarta: Alfabeta.

Suratno. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Journal Of Management,* 2(2). http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/502/488. Diakses 24 Juni 2016.

Tjiptono, F. 2011. *Service Management*: Mewujudkan *Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.

UN PGRI Kediri. 2016. *Buku Pedoman* Penulisan *Karya Ilmiah*: *Skripsi/Tugas Akhir Fakultas Ekonomi.*Kediri: UN PGRI Kediri.

Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi,* Edisi Kedua.Yogyakarta: Ekonosia.