PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AUTO 2000 KEDIRI HASANUDIN

SKRIPSI

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

Oleh:

AGUNG WINARDI

NPM : 12.1.02.02.0495

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2016

Skripsi Oleh :

AGUNG WINARDI
NPM: 12.1.02.02.0495

Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AUTO 2000 KEDIRI HASANUDIN

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

Tanggal : 08 Agustus 2016

Pembimbing I,	Pembimbing II,
PONIRAN YUDHO L, M.M	RESTIN MEILINA, M.M
NIDN. 0704047301	NIDN.0721058605

ii

Skripsi Oleh :

AGUNG WINARDI
NPM: 12.1.02.02.0495

Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AUTO 2000 KEDIRI HASANUDIN

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada tanggal : 08 Agustus 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

PANITIA PENGUJI		TANDA TANGAN
1. Ketua	: Poniran Yudho L, S.E., M.M.	1. .....
2. Penguji I	: Dr. Lilia Pasca R.	2. .....
3. Penguji II	: Restin Meilina, S.E., M.M.	3. .....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Subagyo ,M.M.
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AUTO 2000 KEDIRI HASANUDIN

Oleh :
Agung Winardi
12.1.02.02.0495
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
agungwinardi02@gmail.com
Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M. dan Restin Meilina, S.E., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti bahwa di Auto 2000 Kediri Hasanudin tentang pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi masih saja mendapat kritikan dari konsumen. Padahal menurut manajemen semuanya sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh kantor pusat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang, penetapan harga produk/jasa Auto 2000 Kediri Hasanudin yang terjangkau, pemberian fasilitas yang memadai kepada konsumen yang datang melakukan servis kendaraan Toyota-nya dan lokasi yang mudah ditemukan dan aman sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianalisis dengan analisis regresi linear berganda menggunakan *SPSS 20*. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukan bahwa keempat variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial/individu terhadap variabel dependen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa keempat variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0.993 menunjukan bahwa 99,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi. Sedangkan sisanya 0,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar keempat variabel penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tercapainya kepuasan konsumen Auto 2000 kediri Hasanudin. Untuk itu disarankan kepada pihak Auto 2000 Kediri Hasanudin agar lebih memperhatikan beberapa variabel-variabel di atas supaya tujuan perusahaan tercapai dan dapat berkesinambungan terus-menerus.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Lokasi, Kepuasan Konsumen

I. Latar Belakang Masalah

Di dalam dunia usaha sekarang ini sedang terjadi persaingan yang sangat ketat di segala bidang, khususnya bidang otomotif. Hal ini menuntut perusahaan otomotif yang ingin berkembang untuk semakin inovatif dan kreatif dalam menciptakan produknya. Menurut Tjiptono (2015:45), "kepuasan konsumen" merupakan "elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern".

Menurut Tjiptono (2015:76), secara sederhana "kepuasan konsumen" dapat diartikan sebagai "perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian".

Menurut Tjiptono dkk., (2011:121), "kualitas pelayanan" adalah "ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen".

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), "harga" adalah "nilai uang untuk menghasilkan pendapatan dan biaya". Menurut Alma (2014:169), "harga *(price)*" adalah "nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang

Menurut Kotler (2009:45), mendefinisikan "fasilitas" adalah "segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen". Menurut Tjiptono (2011: 181), "fasilitas" adalah "sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen".

Menurut Peter dan Olson (2014:268), "lokasi" adalah "tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha". Menurut Kotler (2012:92), "lokasi" adalah "suatu tempat dimana perusahaan atau instansi tersebut melakukan kegiatan".

Auto 2000 Kediri Hasanudin berusaha meningkatkan kualitas pelayanan, harga terjangkau, fasilitasnya, yang pada intinya untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar tetap bisa bersaing dalam persaingan yang semakin ketat di dunia otomotif.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauhmana kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin. Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin".

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin?
3. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin?
4. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin?
5. Apakah kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin
3. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin
4. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin
5. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin. Sampel penelitian ini didasarkan pada metode *purposive sampling*, instrumen *rating scale* dengan menggunakan kuesioner sebagai sarana untuk mengumpulkan data.

Model kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan teknik skoring yang digunakan adalah skala likert. Kuesioner dibagikan kepada konsumen Auto 2000 Kediri Hasanudin sebanyak 60 orang.

Validitas dan Reabilitas Instrumen

a. Validitas Instrumen

Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Butir Dalam Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,904	0.254	Valid
2	X1.2	0,840	0.254	Valid
3	X1.3	0,771	0.254	Valid
4	X1.4	0,925	0.254	Valid
5	X1.5	0,844	0.254	Valid
6	X1.6	0,844	0.254	Valid
7	X1.7	0,871	0.254	Valid
8	X1.8	0,827	0.254	Valid
9	X1.5.1	0,904	0.254	Valid
10	X1.5.2	0,925	0.254	Valid

Dari hasil uji validitas di atas dapat dijelaskan bahwa semua indikator pernyataan pada variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.. Dengan demikian pernyataan yang ada dalam variabel kualitas pelayanan sudah valid dan memenuhi uji validitas sehingga bisa digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Harga

No	Butir Dalam Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,986	0.254	Valid
2	X2.2	0,756	0.254	Valid
3	X2.3	0,962	0.254	Valid
4	X2.4	0,924	0.254	Valid
5	X2.5	0,935	0.254	Valid
6	X2.6	0,948	0.254	Valid

Dari hasil uji validitas di atas dapat dijelaskan bahwa semua indikator pernyataan pada variabel harga mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.. Dengan demikian pernyataan yang ada dalam variabel harga sudah valid dan memenuhi uji validitas sehingga bisa digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Fasilitas

No	Butir Dalam Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X3.1	0,844	0.254	Valid
2	X3.2	0,804	0.254	Valid
3	X3.3	0,843	0.254	Valid
4	X3.4	0,787	0.254	Valid
5	X3.5	0,900	0.254	Valid
6	X3.6	0,906	0.254	Valid
7	X3.7	0,927	0.254	Valid
8	X3.8	0,886	0.254	Valid
9	X3.9	0,900	0.254	Valid
10	X3.10	0,830	0.254	Valid
11	X3.11	0,811	0.254	Valid
12	X3.12	0,804	0.254	Valid

Dari hasil uji validitas di atas dapat dijelaskan bahwa semua indikator pernyataan pada variabel fasilitas mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.. Dengan demikian pernyataan yang ada dalam variabel fasilitas sudah valid dan memenuhi uji validitas sehingga bisa digunakan untuk penelitian

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Lokasi

No	Butir Dalam Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X4.1	0,793	0.254	Valid
2	X4.2	0,795	0.254	Valid
3	X4.3	0,853	0.254	Valid
4	X4.4	0,754	0.254	Valid
5	X4.5	0,870	0.254	Valid
6	X4.6	0,869	0.254	Valid
7	X4.7	0,804	0.254	Valid
8	X4.8	0,751	0.254	Valid
9	X4.9	0,860	0.254	Valid
10	X4.10	0,839	0.254	Valid
11	X4.11	0,792	0.254	Valid
12	X4.12	0,782	0.254	Valid
13	X3.1.13	0,726	0.254	Valid
14	X3.1.14	0,824	0.254	Valid

Dari hasil uji validitas di atas dapat dijelaskan bahwa semua indikator pernyataan pada variabel lokasi mempunyai

nilai r $_{hitung}$ > r $_{tabel}$.. Dengan demikian pernyataan yang ada dalam variabel lokasi sudah valid dan memenuhi uji validitas sehingga bisa digunakan untuk penelitian

Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

No	Butir Dalam Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y.1	0,823	0.254	Valid
2	Y.2	0,766	0.254	Valid
3	Y.3	0.863	0.254	Valid
4	Y.4	0,796	0.254	Valid
5	Y.5	0,915	0.254	Valid
6	Y.6	0,936	0.254	Valid
7	Y.7	0,895	0.254	Valid
8	Y.8	0,915	0.254	Valid
9	Y.9	0,842	0.254	Valid
10	Y.10	0,809	0.254	Valid

Dari hasil uji validitas di atas dapat dijelaskan bahwa semua indikator pernyataan pada variabel kepuasan konsumen mempunyai nilai r $_{hitung}$ > r $_{tabel}$.. Dengan demikian pernyataan yang ada dalam variabel kepuasan konsumen sudah valid dan memenuhi uji validitas sehingga bisa digunakan untuk penelitian.

Sehingga berdasarkan hasil uji validitas setiap variabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai dari r hitung keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar daripada nilai r tabel dengan nilai signifikansi < 0,05. Maka dapat disimpulkan, bahwa seluruh keseluruhan butir indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid

b. Reliabilitas Instrumen

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.9 berikut ini:

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel Penellitian	Cronbach Alpha	Cut Of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,962	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,963	0,60	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,963	0,60	Reliabel
Lokasi (X4)	0,959	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,958	0,60	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien *Alpha* lebih besar daripada 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

III. HASIL dan KESIMPULAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Kuantitatif

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Tabel 4.1 Hasil Uji Multikolonieritas

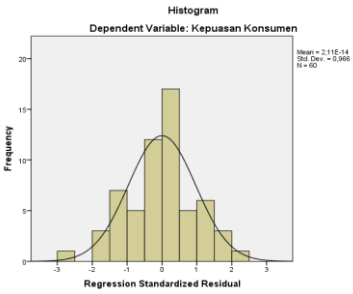
Variabel Penelitian	VIF	Tolerance	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	1,172	0,853	Bebas Multikolinearitas
Harga (X2)	4,701	0,213	Bebas Multikolinearitas
Fasilitas (X3)	4,601	0,217	Bebas Multikolinearitas
Lokasi (X4)	1,750	0,193	Bebas Multikolinearitas

Variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance yang lebih kecil dari 10% yang berarti bahwa tidak

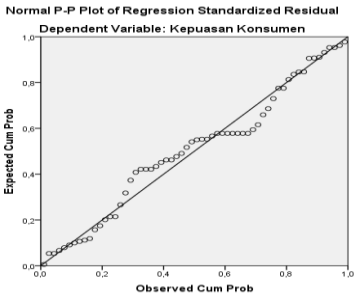
terdapat korelasi antar variabel bebas yang lebih besar dari 95%, maka dapat disimpulkan bahwa penelitan ini terbebas dari gejala multikolonieritas.

2) Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan analisis grafik melalui SPSS versi 20.0 dapat dilihat pada gambar 4.1 dan gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.1 Histogram

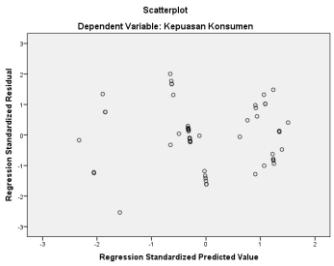


Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot

Dengan demikian, melihat dua gambar uji normalitas di atas yakni Histogram dan *Normal Probability Plot* bisa disimpulkan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang normal.

3) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas *(ScatterPlot)*



Dari gambar scatterplot di atas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, oleh karena itu model regresi dalam penelitian ini layak dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan, harga, fasiltas dan lokasi.

2. Analisis Regresi Berganda

Dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 diperoleh hasil seperti yang tertera dalam tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,713	,531		2,627	,001		
	kualitas Pelayanan	,728	,009	,015	1,966	,004	,853	1,172
	Harga	,731	,033	,001	1,740	,002	,213	4,701
	Fasilitas	,815	,019	,970	2,638	,001	,217	4,601
	Lokasi	,736	,025	,026	1,742	,003	,193	1,750

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, maka model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *unstandardized* adalah sebagai berikut:

$$Y = 0{,}713 + 0{,}728\ X_1 + 0{,}731\ X_2 + 0{,}815\ X_3 + 0{,}736\ X_4$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Fasilitas

X_3 = Lokasi

3. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi dapat di lihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,997[a]	,994	,993	,43965	2,203

a. Predictors: (Constant), Lokasi, kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Hasil *Adjusted R Square* yang didapat adalah 0,993. Hal ini berarti 99,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi. Sedangkan sisanya 0,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Dalam peneliian ini untuk n = 60, maka untuk t-tabelnya 1,673.

Hasil pengujian sebagai berikut:

1) Variabel kualitas pelayanan

Hasil pengujian diperoleh nilai t = 1,966 dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05.

2) Variabel harga

Hasil pengujian diperoleh nilai t = 1,740 dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,05.

3) Variabel fasilitas

Hasil pengujian diperoleh nilai t = 2.638 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05.

4) Variabel lokasi

Hasil pengujian diperoleh nilai t = 1,742 dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,05.

b. Uji F

Tabel 4.4 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1726,702	4	431,676	2233,294	,000[b]
	Residual	10,631	55	,193		
	Total	1737,333	59			

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Berdasarkan tabel 4.4 pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. H_0 ditolak, H_1 diterima, hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasannya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Hal ini di buktikan dari analisis regresi bahwa kualitas pelayanan diperoleh nilai koefisien 0,728 bernilai positif yang berarti semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
2. Harga berpengaruh signifikan. Hal ini di buktikan dari analisis regresi bahwa harga diperoleh nilai koefisien 0,731 bernilai positif yang berarti semakin terjangkau harga, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan. Hal ini di buktikan dari analisis regresi bahwa fasilitas diperoleh nilai koefisien 0,815 bernilai positif yang berarti semakin baik fasilitas, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
4. Lokasi berpengaruh signifikan. Hal ini di buktikan dari analisis regresi bahwa lokasi diperoleh nilai koefisien 0,736 bernilai positif yang berarti semakin baik lokasi, maka kepuasan konsumen akan meningkat.
5. Ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan, harga, fasilitas

dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Auto 2000 Kediri Hasanudin. Hal ini di buktikan dari analisis regresi berganda di uji F bahwa diperoleh nilai signifikasi <0,05 bernilai positif yang berarti kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Afryansyah, Rahmad D dan Haryanto. 2013. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Akutansi di Internet oleh Pemerintah Daerah.* Diponegoro Journal of Accounting, Vol. 2, No. 3 Tahun 2013. http://ejournal-sl.undip.ac.id/. (Diakses tanggal 15 Juli 2016).

Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Edisi Kedua.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 4. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, P. Dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.

Kotler, P dan G. Amstrong. 2011. *Principles Marketing.* Thirtheen Edition. New Jersey : Prentice Hall

Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Edisi Ke-2. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Nugroho, Novemy Triyandari.2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta)*, Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 02.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran.* Buku 2. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

Rachman, Fatchur . *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 sungkono Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 03, No. 11 (2014).

Rahman, Diandaris Nurhandika. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang.* Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. (Online), tersedia: http:// kumpulan skripsi manajemen ekonomi/ index.php/ view diunduh 07 Januari 2016.

Rambat, Lupiyoadi. 2012. *Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:* Alfabeta

Selang, Christian.2013. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado". Jurnal Ekonomi Manajemen

Sofia. 2014. *Analisis Kesiapan Pemerintah dalam Menerapkan Standart Akutansi Pemerintahan Berbasis Akrual.* [skripsi ilmiah] Medan: Universitas KHBP Nommensen

Tjiptono, F., Chandra, G., & Andriana, D. 2011. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, F. dan G. Chandra 2011. Service, Quality and Satisfaction, Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 2. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Yogyakarta: CV. Andi Offset

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4.*Yogyakarta: CV. Andi Offset

Triswandari, U. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN Persero Rayon Makasar Timur.* Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanudin Makasar. (Online), tersedia: http:// kumpulan skripsi manajemen/ index.php/ view diunduh 07 Januari 2016.

Wulandari, N. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Kita Semarang.* Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Diponegoro Semarang. (Online), tersedia: http:// kumpulan skripsi manajemen ekonomi/ index.php/ view diunduh 2 Juni 2016 .