**JURNAL**

# PENGARUH BUKTI FISIK, KEHANDALAN DAN KETANGGAPAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON MAGANI DI DESA CERME KABUPATEN NGANJUK

## *THE INFLUENCE OF TANGIBLE, RELIABILITY DAN RESPONSIVENESS TO CUSTOMER SATISFACTION SALON MAGANI IN THE VILLAGE CERME NGANJUK REGENCY*

**Oleh:**

**NUR LAILI FARIDA**

**13.1.02.02.0196**

**Dibimbing oleh :**

1. **Dr. SUBAGYO, M.M.**
2. **SIGIT RATNANTO, ST., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**TAHUN 2017**

# SURAT PERNYATAAN
# ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : NUR LAILI FARIDA |
| NPM | : 13.1.02.02.0196 |
| Telepun/HP | : 085730339218 |
| Alamat Surel (Email) | : nurlaili.farida17@gmail.com |
| Judul Artikel | : pengaruh bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan salon magani di desa cerme kabupaten nganjuk |
| Fakultas – Program Studi | : Ekonomi - Manajemen |
| Nama Perguruan Tinggi | : Universitas Nusantara PGRI Kediri |
| Alamat Perguruan Tinggi | : Jalan K.H. Achmad Dahlan No.76 Mojoroto Kota Kediri |

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri, 04 Agustus 2017 |
|---|---|---|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, |
| Dr. SUBAGYO, M.M.<br>NIDN. 0717066601 | SIGIT RATNANTO, ST., M.M.<br>NIDN. 0706067004 | NUR LAILI FARIDA<br>NPM. 13.1.02.02.0196 |

# PENGARUH BUKTI FISIK, KEHANDALAN DAN KETANGGAPAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON MAGANI DI DESA CERME KABUPATEN NGANJUK

Nur Laili Farida
13.1.02.02.0196
Ekonomi - Manajemen
nurlaili.farida17@gmail.com
Dr. Subagyo, M.M. dan Sigit Ratnanto, ST., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Perkembangan ekonomi Indonesia di sektor jasa semakin meningkat. Hal ini terjadi karena pengusaha, baik dari dalam maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya di Indonesia. Banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan rambut, membuat pelanggan lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar-benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Salon merupakan tempat untuk memotong rambut ataupun merubah gaya rambut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, dan ketanggapan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis kausal. Populasi seluruh konsumen Salon Magani. Sumber data primer dengan mengambil sampel dari responden pelanggan pada Salon Magani di Desa Cerme dan data sekunder berupa studi pustaka. Teknik pengumpulan data meliputi observasi dan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 40 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *infinite,* tidak dapat ditentukan jumlahnya serta dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari pengujian hipotesis melalui uji t bahwa bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan melalui uji F dapat diketahui bahwa secara besama-sama ketiga variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.

**KATA KUNCI :** Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan dan Kepuasan Pelanggan

## I. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi Indonesia di sektor jasa semakin meningkat. Hal ini terjadi karena pengusaha baik dari dalam maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya di Indonesia. Banyaknya perusahaan dalam bidang perawatan rambut, membuat pelanggan lebih teliti dalam memilih perusahaan yang memang benar-benar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Salon merupakan tempat untuk memotong rambut ataupun merubah gaya rambut. Salon biasanya mempunyai berbagai perawatan untuk rambut, seperti creambath, rebonding, dan sebagainya. Untuk beberapa orang, ke salon merupakan hal yang harus dilakukan setiap hari. Dengan begitu perusahaan dalam bidang jasa harus lebih dahulu melakukan survey tentang perawatan yang seperti apa yang memang diinginkan pelanggan saat ini, sehingga mereka dapat memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan. Apabila mereka tidak bisa memberikan pelayanan yang terbaik, maka pelanggan akan banyak mengeluh tentang pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan jasa serta kesesuaian dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009:138-139). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas pelayananya, yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:3).

Bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat dijadikan keunggulan terhadap lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan karyawannya (Lupiyoadi dan Hamdani 2006:182). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2011) bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Kinerja

harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurat yang tinggi. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan skill yang mereka punya, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan dan kehandalan menggunakan teknologi kerja yang ada (Zoeldhan, 2012: 137). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2014) bahwa variabel kehandalan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Ketanggapa merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas, supaya pelanggan merasa puas dan dapat memberikan pendapat positif dalam pelayanan yang diberikan. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015) bahwa variabel ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Bisnis jasa, dalam hal ini bisnis salon terus berkembang di kota Nganjuk. Salah satunya adalah Salon Magani yang merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa yang didirikan oleh Ibu Atik. Salon Magani berlokasi di Jalan Raya Kediri, Kecamatan Pace, Kabupaten Nganjuk. Salon Magani sudah berdiri lebih dari 3 tahun. Salon Magani melayani berbagai potong rambut. Salon Magani mematok harga yang lebih murah dibandingkan dengan salon lain yang ada di Desa Cerme.

Salon Magani juga memiliki beberapa masalah, yaitu masalah bukti fisik. Di dalam Salon Magani bukti fisiknya kurang baik, karena ruang tunggu yang kurang nyaman, sehingga membuat para konsumen ingin cepat-cepat pergi dari salon. Selanjutnya masalah kehandalan. Di dalam salon kemampuan dalam memberikan layanan yang sudah dijanjikan kurang sesuai dengan harapan pelanggan. Selain masalah bukti fisik dan kehandalan, di Salon Magani juga memiliki masalah ketanggapan. Ketanggapan dalam Salon Magani kurang cepat, karena dalam menangani keluhan pelanggan sangat lama. Agar Salon Magani mampu bertahan

dan berkembang pesat, maka Salon Magani harus dapat mengatasi masalah tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan suatu penelitian untuk menganalisis sejauh mana bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Salon Magani. Hal tersebut yang menjadi latar belakang penulis melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan dan Ketanggapan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh signifikan antara bukti fisik, kehandalan, dan ketanggapan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.

**Kajian Teori**

Menurut Sunarto (2006:17), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Pendapat lain mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Jasfar (2009:51), bukti fisik yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

Menurut Jasfar (2009:51), kehandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat(*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*) dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap hari.

Menurut Jasfar (2009:51), ketanggapan yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

## II. METODE

### A. Teknik Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kausal. Menurut Sugiyono (2015:37), analisis kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan dari analisis kausal ini adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana yang menjadi variabel tidak mempengaruhi.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemungkinan hubungan sebab akibat berdasarkan atas pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari kembali fakta yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh bukti fisik ($X_1$), kehandalan ($X_2$) dan ketanggapan ($X_3$) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:8), pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alasan menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang digunakan sifatnya dapat diukur, rasional, dan sistematis. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut diproses dengan cara memberi symbol angka untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan SPSS versi-23.

**B. Tempat dan Waktu Penelitian**

**1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Salon Magani di Desa Cerme Kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk.

**2. Waktu Penelitian**

Waktu yang telah ditetapkan oleh lembaga sesuai SK Rektor selama 3 bulan dari bulan April 2017 sampai dengan bulan Juni 2017.

**C. Populasi dan Sampel**

**1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2015:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atau objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Populasi bukanlah hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu dan sampel merupakan bagian dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan jasa salon di Salon Magani mulai bulan April 2017 sampai bulan Juni 2017 yang bersifat *infinite*, sehingga tidak dapat dipastikan jumlahnya.

**2. Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Salon Magani. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti berjumlah 4 variabel, jadi jumlah sampel minimal yang harus diambil yaitu (10 x 4) = 40 responden. Hal ini sesuai teori Roscoe dalam Sugiyono (2015:90).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *Insidental Sampling.* Menurut Sugiyono (2010:217), *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

**D. Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015:102), "Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati".

Instrumen penelitian pada penelitian ini menggunakan angket (kuesioner), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:142). Angket yang digunakan adalah angket tertutup (angket berstruktur), yaitu angket yang disajikan sedemikian rupa, selanjutnya responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan

tersebut dengan tanda silang (X) atau tanda *check list* (√).

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai $r_{hitung}$ > dari nilai $r_{tabel}$. Penghitungan uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS v.23 *for windows*. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Yaitu dengan membandingkan $r_{hitung}$ dengan $r_{tabel}$ untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Jika $r_{hitung}$ > $r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pertanyaan (indikator) tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah "sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik" (Arikunto, 2006:178). Alat untuk mengukur reliabilitas adalah Alpha Cronbach. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil α > 0,06 = reliabl dan hasil α < 0,06 = tidak reliabel.

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 4.12**
**Hasil Uji t (parsial)**
**Coefficients[a]**

| Model | | T | Sig. |
|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | ,049 | ,961 |
| | bukti fisik | 10,557 | ,000 |
| | Kehandalan | 3,266 | ,002 |
| | Ketanggapan | 2,220 | ,033 |

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah, 2017

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$. $T_{hitung}$ dapat diketahui dari hasil spss seperti yang terlihat di tabel atas, sedangkan $t_{tabel}$ dapat dilihat dalam tabel t dengan mempertemukan antara taraf signifikasi yaitu 0,025 dengan $df_2$ (n-k-1) = $df_2$ (36) = 2,028. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

a). Pengujian hipotesis 1

Ho : βi = 0, berarti bukti fisik secara parsial tidak

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : βi ≠ 0, berarti bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel 4.12 diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 10,557 > 2,028 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 artinya Ho ditolak. Jadi, bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b). Pengujian hipotesis 2

Ho : βi = 0, kehandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : βi ≠ 0, kehandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 3,266 > 2,028 dan nilai signifikan 0,002 < 0,05 artinya $H_0$ ditolak. Jadi, kehandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c). Pengujian hipotesis 3

Ho : βi = 0, ketanggapan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : βi ≠ 0, ketanggapan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai 2,220 < 2,028 dan nilai signifikan 0,033 < 0,05 artinya $H_0$ diterima. Jadi, ketanggapan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Uji Parsial (Uji F)**

**Tabel 4.13**
**Hasil Uji F (Simultan)**
**ANOVA[a]**

| Model | Df | F | Sig. |
|---|---|---|---|
| Regression | 3 | 333,394 | ,000[b] |
| Residual | 36 | | |
| Total | 39 | | |

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), ketanggapan, bukti fisik, kehandalan

Sumber: Output SPSS dari data primer yang telah diolah, 2017

Ho : β1=β2=β3=0, berarti bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : β1≠β2≠β3≠0, berarti bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan

secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai $F_{hitung}$ dengan $F_{tabel}$. Dari tabel diatas telah diperoleh nilai $F_{hitung}$ sebesar 333,394. Selanjutnya menghitung $F_{tabel}$ dengan melihat di tabel F dengan mempertemukan taraf signifikasi yaitu 0,05 dengan ($df_1$;$df_2$) = (3;36), dimana tingkat kebebasan 1 ($df_1$) adalah jumlah variabel bebas (k) = 3 dan tingkat kebebasan 2 ($df_2$) adalah n-k-1 = 40-3-1 = 36, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas, sehingga diperoleh hasil nilai $F_{tabel}$ sebesar 2,87.

Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai 333,394>2,87dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 artinya Ho ditolak. Jadi, bukti fisik, kehandalan dan ketanggapan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kesimpulan**

1. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.
2. Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pSalon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.
3. Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.
4. Bukti fisik, kehandalan, dan ketanggapan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Salon Magani di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

Adisaputra, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Atmawati, R dan M, Wahyuddi. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. Surakarta: Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS.

Andreani. *2010. Analisa Kualitas Layanan Bisnis Makanan dan Minuman di Surabaya ditinjau dari Derajat Pemenuhan Kepuasan Konsumen*, (online) 5 (1) : 1-8, tersedia : Jurnal Manajemen Pemasaran.

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk*

*Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang. Universitas Diponegoro.

Ghozali, *Imam*. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Salemba Empat.

_____ 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* 21.Edisi 7. Semarang. Univesitas Diponegoro.

Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.

Ida Ayu Inten Surya Utamidan I Made Jatra, 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. (online) 1 (2) : 1-17, tersedia : http://E-Jurnal.Manajemen.Unud. diunduh 25 April 2017.

Indriantoro, Nurdan Bambang Supomo. 2011. *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE

John Hendra Istianto dan Maria Josephine Tyra, 2011. *Analisis Pengaruh Analisis Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto*. (online) 1 (3) : 1-19, tersedia : Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius). diunduh 25 April 2017.

Kotler dan Keller. 2009. *ManajemenPemasaran*. Jilid 1. Edisike 13. Jakarta: Erlangga

Lupiyadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisikedua. Jakarta Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisike 3. Jakarta: Salemba Empat

_____ Dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta

Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Waright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Cetakan II. Jakarta: PT Indeks. Sunarto, 2006, *Pengantar Manajemen*, Bandung: CV Alfabeta.

M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Nurani Adi Lestari. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Karisma di Kabupaten Jember*. Disertai. Tidak dipublikasikan. Jember: Unej

Farida Jasfar, M.E. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Cetakan kedua. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Safira Farizah Nasbir. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair* Nets. Disertai: Tidak dipublikasikan. Kendari: Universitas Halu Oleo.

Siregar, Sofiyan. 2010. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Raja grafindo Persada.

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

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi

_____ 2007. *Strategi Pemasaran.* Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

_____ 2007. *Pemasaran Jasa.* Jakarta: Bayumedia Publising.

Zoeldhan. 2012. "*Pengertian Pelayanan*". http://zoeldhan – informatika. Blogspot.Com/ 2012/ 07/ pengertian-pelayanan.html. Diakses jam 11.34 tanggal 6 Februari 2013.