JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BANGUNAN TELUR ABADI KABUPATEN TULUNGAGUNG

Oleh:

DANANG AGUS RIYANTO
NIM: 13.1.02.02.0391

Dibimbing Oleh :

1. **Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M.**
2. **Gesty Ernestivita, S.S., M.M.**

PROGRAM STUDI
FAKULTAS MANAJEEN
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Danang Agus Riyanto
NPM	:	13.1.02.02.0391
Telepun/HP	:	085790717364
Alamat Surel (Email)	:	danangagus38@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung.
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 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,3 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M. **NIDN. 0730088001**	Gesty Ernestivita, S.S., M.M. **NIDN : 0720059101**	Danang Agus Riyanto **NPM: 13.1.02.02.0391**

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung.

Danang Agus Riyanto
13.1.02.02.0391
Ekonomi - Manajemen
danangagus38@gmail.com
Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M. dan Gesty Ernestivita, S.S., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia perdagangan yang sangat ketat mengharuskan pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan baik dalam kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap Keepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur.

Variabel yang digunakan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko banguanan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (angket). Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam angket disusun berdasarkan skala *likert*. Pengukuran kuisioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang diuji menggunakan SPSS v.21 *for windows* yang menunjukkan hasil valid dan reliabel.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji pengaruh secara parsial serta F-statistik untuk menguji pengaruh secara bersama-sama yang diuji menggunakan SPSS v.21 *for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,000, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,045, dan variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,033. Secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,000.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya, dan dapat dijadikan dasar penganbilan keputusan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

KATA KUNCI : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen.

I. LATAR BELAKANG

Persaingan dalam dunia perdagangan yang sangat ketat mengharuskan pelaku usaha untuk dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama membuat masing-masing perusahaan harus mempunyai stategi pemasaran yang tepat salah stunya yaitu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumennya. Kepuasan konsumen atas suatu produk

dipengaruhi oleh banyak faktor misalnya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Konsumen selalu mengharapkan produk yang berkualitas, pelayanan yang ramah serta harga yang sesuai denga kualitas produk.

Menurut Tjiptono (2014:31), Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumennya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Kepuasan konsumen dapat tercapai apabila harapan pelanggan dapat terpenuhi dan terlampaui. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka pihak manajemen harus mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, baik itu dari : performa karakteristik, ciri-ciri, dan keistimewaan, keandalan, spesifikasi, daya tahan, estetika, dan kualitas (Tjiptono, 2014).

Menurut penelitian Rizan dan Andika (2010:2) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, yaitu keuntungan apa saja yang diberikan produk tersebut, misal keunikan sebuah produk dan memberikan nilai tambah bagi pemiliknya. Kualitas produk juga mempengaruhi keberasilan dan kemajuan suatu perusahaan, karena dalam melakukan pembelian konsumen selalu mempertimbangkan hal yang berhubungan dengan kualitas dari produk yang akan dibeli. Menurut penelitian Wulansari (2011:2) kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, disein, dan sebagainya). Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi lebih akan memberikan keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal/relatif terjangkau, dengan kualitas barang yang baik. Menurut Lupiyoadi (2014:334), kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Menurut penelitian Rizan dan Andika (2010:3) kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik dari produsen ke

konsumen, misalnya keramahan dalam melayani pertanyaan-pertanyaan seputar produk dari seorang calon pembeli, keramahan dalam menjawab keluhan-keluhan konsumen, dan lain-lain. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai suatu pernyataan sikap, hubungan yang dihasilkan dan perbandingan antara ekspeksitas (harapan) dengan kinerja. Sehingga kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kesan memuaskan bagi para konsumen. Selain itu menurut penelitian Nilasari dan Istiatin (2015:2) sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar dengan pemenuhan tingkat kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Tjiptono (2014:151), Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsing terhadap laba perusahaan.. Sedangkan dari sudut pandang konsumen harga seringkali digunakan sebagai indicator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran. Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Apabila harga yang diketahui sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka hal tersebut akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Toko bangunan Telur Abadi merupakan sebuah usaha yang bergerak pada penjualan bahan bangunan dan perkakas pembuat bangunan. Usaha dagang ini menjual berbagai bahan dan perkakas untuk membuat bangunan seperti pasir, semen, berbagai macam kayu, paku, cat, besi pondasi, sekop, palu dan sebagainya. Toko bangunan Telur Abadi berdiri pada tahun 2009 didirikan oleh Ibu Tanwini toko bangunan ini berlokasi di desa Tanggul Kundung Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.

Pada kabupaten Tulungagung pada lokasi yang sama terdapat beberapa toko bangunan. Banyaknya usaha serupa menjadikan persaingan semakin ketat antara toko bangunan satu dengan lainnya. Hal tersebutlah yang harus diperhatikan Toko Bangunan Telur Abadi yang harus meningkatkan keunggulannya untuk kepuasan konsumennya yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan hal tersebut di atas peneliti merasa penting untuk meneliti Toko Bangunan Telur Abadi guna

membantu menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan oleh Toko Bangunan Telur Abadi sehingga kepusan konsumen dapat terwujud. Karena dengan kepusan konsumen usaha Toko Bangunan Telur Abadi akan terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti **"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung''**.

II. METODE PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel bebas atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

1) Kualitas Produk (X_1)
2) Kualitas Pelayanan (X_2)
3) Harga (X_3)

Variabel terikat atau variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

2. Definisi Operasional

a. Keputusan pembelian (Y)

Kepuasan konsumen merupakan apa yang telah dirasakan konsumen atas suatu hal, produk ataupun pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan yang pelanggan inginkan dan diharapkan. Indikator variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Kesesuaian harapan
2) Minat berkunjung kembali
3) Kesediaan merekomendasikan

b. Kualitas produk (X1)

Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginan. Indikator variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. *Features* (ciri keistimewaan)
2. *Conformance to specification* (kesesuaian)
3. *Durability* (daya tahan)

c. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas jasa/pelayanan adalah suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak

nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Indikator variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. *Reability* (kehandalan)
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
3. *Emphaty* (empati)

a. Harga (X_3)

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Indikator variabel harga adalah sebagi berikut :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya Saing

3. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:12), pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka atau data yang dapat dihitung serta dapat dianalisis secara sistematis dengan menggunakan statistik.

Teknik penilitian berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan variabel yang sesungguhnya mempengaruhi keputusan pembelian. teknik yang sesuai adalah kausal komparatif. Menurut Sugiyono (2013:109), penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan suatu variabel (objek penelitian), antara subjek yang berbeda atau waktu yang berbeda dan menemukan hubungan sebab akibat.

4. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. Waktu penelitian ini dilakukan terhitung mulai dari bulan Mei 2017 sampai dengan Juni 2017

5. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung Jawa Timur, yang berada di desa Tanggul Kundung Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. Adapun waktu penelitian dilakukan dari bulan April – Juni 2017.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko banguanan Telur Abadi Kabupaten Tulungagung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. dimana sampel digunakan apabila memenuhi kriteria

6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:102), instrumen penelitian yaitu sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

1. Uji Validitas
2. Reliabilitas

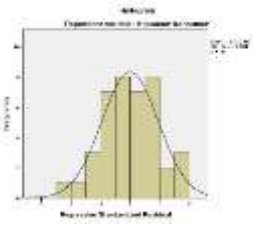
III. HASIL DAN KESIMPULAN

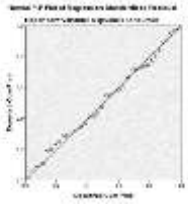
Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji spss versi 23 diperoleh gambar sebagai berikut:





Dari gambar dapat diketahui bahwa berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,771	1,515		,509	,614		
Kualitas Produk	,571	,142	,493	4,021	,000	,301	3,320
Pelayanan	,138	,067	,198	2,078	,045	,499	2,004
Harga	,330	,151	,314	2,189	,035	,221	4,526

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,301; 0,499 ; 0,221 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 3,320 ; 2,004 ; 4,526 yang lebih kecil dari 10. dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Berikut hasil uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,915[a]	,837	,823	1,81467	1,932

a. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan, Kualitas Produk

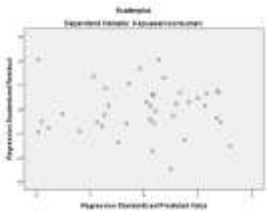
b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Output SPSS versi 21

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,932 dan du sebesar 1,659. Nilai dari 4 – du = 4 – 1,659 = 2,341 atau dapat dilihat pada Tabel 4.9 yang menunjukkan du < d < 4 – du atau 1,659 < 1,932 < 2,341, sehingga model regresi tersebut bebas dari masalah autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Berdasarkan grafik, diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,771	1,515		,509	,614		
Kualitas Produk	,571	,142	,493	4,021	,000	,301	3,320
Pelayanan	,138	,067	,198	2,078	,045	,499	2,004
Harga	,330	,151	,314	2,189	,035	,221	4,526

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$$Y = 0,771 + 0,571X_1 + 0,138X_2 + 0,330X_3 + e$$

Artinya:

a. Konstanta = 0,771
   Jika variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) = 0, kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 0,771.
b. Koefisien X_1 = 0,571
   Setiap penambahan 1 satuan kualitas produk (X_1) dengan asumsi kualitas pelayanan (X_2) dan harga (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,571
c. Koefisien X_2 =0,138
   Setiap penambahan 1 satuan kualitas pelayanan (X_2) dengan asumsi kualitas produk (X_1) dan harga (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,138.
d. Koefisien X_3 = 0,330
e. Setiap penambahan 1 satuan harga (X_3) dengan asumsi kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,330.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,915[a]	,837	,823	1,81467	1,932

a. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: *Output IBM SPSS versi 23*

Berdasarkan tabel diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,823. Dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebesar 82,3% dan sisanya sebesar 17,7% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,771	1,515		,509	,614		
Kualitas Produk	,571	,142	,493	4,021	,000	,301	3,320
Pelayanan	,138	,067	,198	2,078	,045	,499	2,004
Harga	,330	,151	,314	2,189	,035	,221	4,526

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diperoleh nilai signifikan variabel kualitas produk adalah 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai signifikan variabel kualitas produk adalah 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Nilai signifikan variabel harga adalah 0,035 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	607,851	3	202,617	61,529	,000[b]
Residual	118,549	36	3,293		
Total	726,400	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan adalah 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. Kesimpulan

a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Telur Abadi Tulungagung.

b. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen pada Toko Bangunan Telur Abadi Tulungagung.

c. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Telur Abadi Tulungagung.
d. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Telur Abadi Tulungagung

.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, , Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran_Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta : BPFE.

Ghozali, Imam. 2014. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Edisi Ketiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip. 2012, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*,(Terjemahan Angella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 9, Prehallindo, Jakarta.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Terjemahan Angella Anitawati Hermawan), Jilid I Edisi 6, Prehallindo, Jakarta.

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

Nilasari dan Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 1 No. 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Rizan dan Andika. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Jurnal Manajemen

Sumarwan, Ujang, 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Sugiyono, 2015 *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D)* Alfabeta. Bandung

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. ANDI

Umar, Riduwan. 2012. *Dasar-dasar Statistik dan Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.

Wulansari. 2011. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Honda Beat pada Pratama Metrpolis Wedoro. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.