ARTIKEL

DETERMINAN KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, DAN HARGA PADA BAKPIA ALMAIR KEDIRI

Oleh:

ADITYA FEBRI WIJAKSONO

14.1.02.02.0147

Dibimbing oleh :

1. **Bambang Agus Sumantri, S,IP., M.M**
2. **Rino Sardanto., M.Pd**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Aditya Febri Wijaksono
NPM	: 14.1.02.02.0147
Telepun/HP	: 0812 1780 1015
Alamat Surel (Email)	: Adityafernanz23@gmail.com
Judul Artikel	: Determinan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk, pelayanan, dan harga pada bakpia almair kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi-Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp. (0354) 771576, Fax. 771576

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, 6 Agustus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S,IP., M.M NIDN. 0730088001	**Rino Sardanto., M.Pd** NIDN. 0730127403	**Aditya Febri Wijaksono** NPM. 14.1.02.02.0147

Determinan Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga pada Bakpia Almair Kediri

Aditya Febri Wijaksono
14.1.02.02.0147
Ekonomi – manajemen
Adityafernanz23@gmail.com
Nama Dosen Pembimbing 1 : Bambang Agus Sumantri, S,IP., M.M
Nama Dosen Pembimbing 2 : Rino Sardanto., M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini didasari bahwa perkembangan bisnis kuliner di Indonesia yang semakin meningkat sehingga menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan persaingan yang berkelanjutan. Hal itu dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor kualitas produk yang selalu terjaga, pelayanan yang ramah, dan harga terjangkau, kepuasan konsumen mengenai kualitas produk, pelayanan dan harga yang diberikan serta faktor lain yang mendukung konsumen untuk melakukan pembelian secara langsung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) Kualitas produk, pelayanan, dan harga secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden konsumen pembeli Bakpia Almair Kediri yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *software SPSS* versi 23.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah secara parsial uji t menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bakpia Almair Kediri, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, (2) Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bakpia Almair Kediri, dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima, (3) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bakpia Almair Kediri, dengan nilai signifikansi sebesar 0,036 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima, (4) Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 17,572 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

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

I. LATAR BELAKANG

Di Indonesia terdapat banyak kuliner khas daerah, kuliner sendiri telah mampu menjadi ujung tombak kekuatan ekonomi daerah, banyak wirausaha menciptakan kreasi baru dalam mengolah kuliner hingga menjadi ikon daerah, seperti yang terjadi di Kediri dengan adanya beraneka olahan kuliner dari Tahu, Kediri menjadi terkenal sebagai kota Tahu. Olahan yang cukup dikenal oleh para konsumen di daerah Kediri maupun luar kediri adalah stik tahu, krupuk tahu, tahu kuning. Kepuasan konsumen merupakan respon dari para konsumen terhadap ketidaksesuaian produk antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual sebuah produk setelah pemakaian. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan tidak terlepas dari strategi harga yang digunakan, kualitas produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri (Ofela:2016). Bisnis kuliner di Kediri telah mengalami perkembangan, dimana dapat dijumpai menjamurnya bisnis kuliner mulai dari berskala kecil hingga berskala besar, salah satunya adalah bisnis kuliner bakpia. Terdapat banyak produsen bakpia di Kediri, salah satunya adalah Bakpia Almair Kediri yang berdiri tahun 2015, pada waktu itu hanya menjual produk di toko kelontong dan seiring berjalannya waktu mampu berkembang dan bertambah besar sampai pada saat ini. Produk bakpia yang terkenal lebih besar bentuk dan isinya dari bakpia lain menjadi sasaran utama konsumen untuk berkunjung kembali di Bakpia Almair Kediri. Meskipun terdapat keunggulan, peneliti mengamati bahwa kepuasan konsumen masih belum terjamin. Hal ini terbukti dari kualitas produk yang hanya memiliki waktu kadaluwarsa yang relatif singkat selain itu para karyawan yang terlalu lama melayani dan kurangnya informasi dan pengetahuan akan produk yang dijualnya, tidak adanya potongan harga apabila membeli dalam jumlah banyak. Sehubungan dengan uraian tersebut, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Determinan Kepuasan Konsumen ditinjau dari Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga pada Bakpia Almair Kediri"**.**

II. METODE

A. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Tehnik penelitian yang digunakan adalah observasi, yaitu proses penelitian dengan mengamati situasi dan kondisi tentang klasifikasi sebab akibat variabel bebas yaitu kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap variabel terikat yaitu

kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dimana untuk mengidentifikasi dan mengatur determinan variabel kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Bakpia Almair secara akurat. Pada pendekatan kuantitatif data yang dihasilkan berupa angka-angka serta di uji dengan alat bantu SPSS versi 23 yang dimana hasil uji tersebut berupa angka yang digunakan untuk acuan terjawabnya hipotesis.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

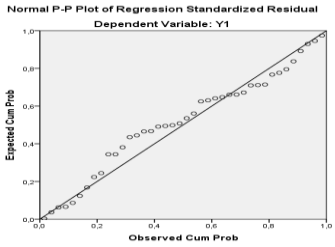
Tempat penelitian ini dilaksanakan di Jalan Panglima Polim No.72, Kemasan, Kota, Kediri, Jawa Timur dengan subjek penelitian yakni konsumen pada Bakpia Almair Kediri. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama 3 bulan mulai dari bulan April sampai dengan Juni 2018. Waktu pada bulan tersebut digunakan untuk berbagai penelitian yaitu 1 bulan untuk peneliti melakukan observasi dan pada bulan 2 bulan berikutnya untuk pengambilan data melalui pembagian kuesioner.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Bakpia Almair. Sampel yang terpilih merupakan bagian dari populasi dan dianggap dapat mewakili dari keseluruhan populasi tersebut. Mengingat jumlah populasi sangat banyak, maka layak untuk mengambil 40 orang untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2016:91). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan pendekatan teknik aksidential penentuan sampel secara kebetulan.

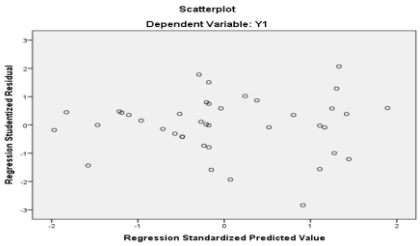
III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Uji normalitas



Berdasarkan uji normalitas pada gambar diatas, grafik normal probability plot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabei-variabel ini berdistribusi normal.

B. UJi Heteroskedastisitas



Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol dan sumbu Y, Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas produk	,993	1,007
Pelayanan	,992	1,008
Harga	,986	1,015

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel diatas, menjelaskan bahwa data yang ada tidak terjadi gejala multikolonieritas antara masing-masing vaiabel independen yaitu dengan melihat VIF dan *Tolerance*. Nilai VIF yang diperoleh hanya mencapai 10 maka data di atas dapat dipastikan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Karena data di atas menunjukan bahwa nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10.

D. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,345	1757

Berdasarkan uji autokorelasi pada tabel diatas nilai DW yang dihasilkan adalah 1,757, Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 40 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka ditabel *durbin watson* akan didapatkan batas atas (du) 1,659, sehingga 4 – du = 4-1,659 = 2,341. Dengan demikian diketahui disimpulkan bahwa nilai du < dw < 4-du atau 1,659 < 1,757 < 2,341, sehingga dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi dan uji asumsi klasik telah terpenuhi.

E. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4,407	3,181
	Kualitas produk	0,35	0,058
	Pelayanan	0,219	0,077
	Harga	0,262	0,12

$Y = a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3$

Y = 4,407 + 0,350 (X1) + 0,219 (X2) + 0,262 (X3)

Persamaan regresi linier berganda dijelaskan seperti berikut :

1. A. = 4,407 artinya X1, X2, dan X3 = 0, maka kepuasan konsumen sebesar 4,407.
2. X1 = 0,350 menunjukakan jika variabel kualitas produk meningkat 1 poin, maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,350 dengan asumsi X_2 dan X_3 konsisten.
3. X2 = 0,219 menunjukakan jika variabel pelayanan meningkat 1 poin, maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,219 dengan asumsi X_1 dan X_3 konsisten.
4. X3 = 0,262 menunjukakan jika variabel harga meningkat 1 poin, maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,262 dengan asumsi X_1 dan X_2 konsisten.

F. Koefisien Determinasi (adjusted R^2)

Model	R Square	Adjusted R Square
1	,594	.560[a]

Berdasarkan uji koefisien determinasi (adjusted R^2) pada tabel diatas, diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,560 yang berarti 56%. Hal ini menunjukkan besarnya variabel X (kualitas produk, pelayanan, dan harga) memberi pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) adalah sebesar 56%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 44 %, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

G. Uji t

Coefficients[a]

Model		B	T	Sig.
	(Constant)	4,407	1,385	,174
1	Kualitas produk	,350	5,987	,000
	Pelayanan	,219	2,852	,007
	Harga	,262	2,178	,036

1. Variabel kualitas produk (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,987 sedangkan t_{tabel} 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan variabel kualitas produk sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel pelayanan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung}

sebesar 2,852 sedangkan t_{tabel} 2,028 yang berarti $t_{hitung}>t_{tabel}$ dan nilai signifikan variabel pelayanan sebesar 0,007 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian variabel pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Variabel harga (X_3) memperoleh t_{hitung} sebesar 2,178 sedangkan $t_{tabel\ 2,028}$ yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signidfikan variabel harga sebesar 0,036 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian variabel harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H. Uji F

Model		F	Sig.
	Regression	17.572	.000[b]
1	Residual		
	Total		

Berdasarkan uji F pada tabel diatas di atas dapat dilihat F_{hitung} = 17,572 hal ini akan dibandingkan dengan F_{tabel}, kemudian hasil yang diperoleh dari F_{tabel} sebesar 2,870. Jadi kesimpulannya karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 17,572 > 2,870 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_4 diteima, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

IV. Pembahasan

A. Determinan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,987 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_1 diterima.

B. Determinan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh yang signifikan variabel Pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,852 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel pelayanan sebesar 0,007 < 0,05 yang artinya artinya H_o ditolak dan H_2 diterima.

C. Determinan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,178 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,036 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_3 diterima.

D. Determinan Kualitas Produk, Pelayanan, dan harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 17,572 > 2,870 dan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. H_o ditolak dan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil nilai koefisien determinasi *Adjusted* R^2 sebesar 0,560 yang berarti bahwa 56% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh ketiga variabel independen. Presentase yang tergolong tinggi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu sebesar 44% tetapi tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

V. PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap Bakpia Almair Kediri, yang menguji mengenai determinan variabel Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Konsumen Bakpia Almair Kediri yang berjumlah 40 orang responden:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen pada Bakpia Almair Kediri. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,987 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_1 diterima.

2. Ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Bakpia Almair Kediri. Hasil ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2,852 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel pelayanan sebesar 0,007 < 0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_2 diterima.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen pada Bakpia Almair Kediri. Hasil ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2,178 sedangkan t_{tabel} sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,036 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima.
4. Ada pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) variabel Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini dibuktikan dengan nilai signifikansi Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil nilai koefisien determinasi Adjusted R sebesar 0,560 yang berarti 56% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Presentase yang tergolong tinggi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat menjelaskan kepuasan konsumen yaitu 44% tetapi tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

   Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan informasi yang penting pada perusahaan, dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mempertahankan serta selalu berusaha meningkatkan kualitas produk yang lebih baik lagi dengan memberi varian

rasa yang lebih banyak maupun membuat daya tahan produk memiliki waktu kadaluwarsa yang lebih lama, sehingga konsumen yang membeli produk Bakpia Almair Kediri akan merasa puas dengan produk yang diberikan dan akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan Bakpia Almair Kediri.

2. Selain itu pihak perusahaan juga harus memperhatikan untuk membuat pelayanan yang baik kepada konsumen ketika membeli produk yang ditawarkan seperti keramahan maupun kesopanan. sehingga apabila perusahaan mampu menciptakan kepuasan di benak konsumen dan mempunyai kesan bahwa Bakpia Almair Kediri memiliki pelayanan yang baik maka di kemudian hari konsumen tidak akan ragu ketika membeli kembali produk yang ditawarkan.
3. Perusahaan juga dapat memberikan harga yang bersaing dengan bakpia lainya seperti memberi diskon yang lebih besar pada pembelian dalam jumlah besar. Selain itu dengan kualitas yang jauh lebih unggul agar konsumen dapat merasa puas setelah membeli produk yang ditawarkan Bakpia Almair Kediri.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wijaya , V. C. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*. AGORA Vol. 5, No. 1, tersedia : https://media.neliti.com, diunduh 17 November 2017.

Daryanto. (2014). *Pendekatan Pembelajaran Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Daryanto. & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

Cahyani, G.F. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 3, tersedia : https://ejournal.stiesa.ac.id diunduh 18 November 2017.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariative Dengan Program Ibm SPSS 23*. Jakarta: Dian Rakyat.

Ofela, H. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 1, tersedia : https://ejournal.stiesa.ac.id diunduh 17 November 2017.

Samhah, H. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen OOST Kafe Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 12, tersedia : https://ejournal.stiesa.ac.id diunduh 16 November 2017.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K, L. (2010). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Ratnasari., Ririn, T., and Aksa, A, H. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: Andi.