

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Wisnu Budhi Prasetya ¹⁾

Alwi Suddin ²⁾

Sumarno Dwi Saputra ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: ¹⁾prasetyabudhi98@gmail.com

ABSTRACT

In this globalization era culinary sector of business grow with very quickly and provide an effort to compete in every products or services marketing activity. Every marketing activity has a very important role in business activity, remember the orientation of marketing activity is to providing value to the consumer. Every business in each business category is required to have sensitivity to any changes that occur. Nowadays, eating and drinking in the restaurant has become a habit of Indonesian people, especially for the youth generation who wanting to be exist and avowed in his social circle, not eating and drinking only, but the restaurant also become a destination for their activities, such as watching football together, meeting up with their friends or colleagues or just to hanging out. Grow and increase of business in this culinary sector make the business are challenged to be more competitive in this dynamic competition and will lead every business owner to observe the competition in their business circle. To face the competition, every companies are required to optimize their human resources to increase competitiveness, optimize effectiveness and develop their marketing strategies constantly and continuously. This should be done by the doer as an effort to gain a competition to against their competitors. By improving the 1) quality service so that 2) customer satisfaction is met so as to create 3) customer loyalty.

Keywords: *service quality, quality loyalty, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Semakin marak dengan banyaknya restoran baru yang berdiri dan tersebar di wilayah solo, namun tidak semua restoran di Solo banyak dikunjungi oleh konsumen, karena hanya restoran tertentu yang terlihat ramai pengunjung. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh restoran harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah usaha akan bertahan hidup, maka haruslah memikirkan cara efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. "Kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan" (Kotler, 2003: 57). Kualitas memberikan suatu dorong-

an kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Restoran cowzy adalah sebuah restoran lokal yang sudah berkembang di kota Solo. Berdiri pada tahun 2013, tidak mudah untuk Restoran Cowzy untuk bersaing di tengah bisnis restoran modern yang semakin ketat. Bisnis restoran di Solo sekarang semakin kompetitif, sehingga diperlukan pemasaran yang tepat untuk kesuksesan bisnis tersebut. Dengan adanya perubahan gaya hidup konsumen inilah yang mendorong pemilik Cowzy membuka restoran yang menawarkan kesan santai dan nyaman untuk berkumpulnya konsumen dengan teman ataupun relasinya atau hanya

sekedar ingin bersantai menikmati minuman dan makanan yang disajikan.

"Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan" (Kotler, 2007: 61).

Loyalitas konsumen adalah hubungan emosional konsumen dengan perusahaan yang didasarkan atas kecintaan konsumen atas produk dan jasa yang ditawarkan dan dibuktikan dengan keinginan melakukan pembelian ulang (Barnes, 2003: 38).

Cowzy sebagai salah satu restoran yang telah berupaya mempertahankan konsumennya. Berbagai upaya telah dilakukan Cowzy dalam menghadapi persaingan. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi. Dari uraian di atas dengan melihat maraknya usaha restoran modern maka hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul.

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan berpindahannya barang dari produsen pertama ke produsen terakhir. (Sriyadi 2001: 135). Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial" (Swastha dan Irawan: 2003: 76).

Dari beberapa definisi para ahli tentang pemasaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan produk baik berupa barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu

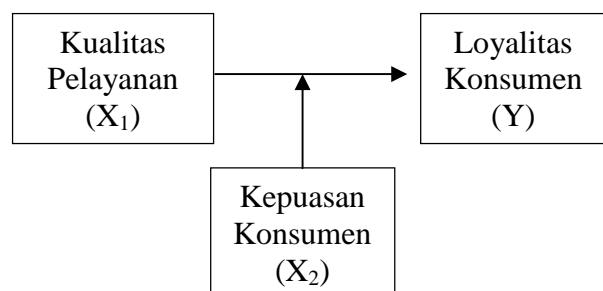
yang dispesifikasi untuk dimensi-dimensi kritis dari tiap bagian yang dihasilkan. Adapun dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan suatu tujuan yang dimaksud kandungan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. "kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat" (Kotler dan Keller, 2008: 180).

Loyalitas merupakan komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian yang sama. "Loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan" (Kotler, 2007: 130).

Memberi kepuasan kepada konsumen adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan. Karena kepuasan yang tinggi akan menghasilkan kesetiaan pelanggan dan hasilnya adalah loyalitas konsumen. "Kepuasan konsumen adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai" (Hunt dalam Tjiptono, 2008: 43).

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Kerangka penelitian dalam penelitian ini di gambarkan sebagai berikut:



Gambar: Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Variabel independen: Kualitas pelayanan (X_1)

Variabel dependen : Loyalitas konsumen (Y)

Variabel moderasi : Kepuasan konsumen (X_2)

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara teoritis adalah bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen. Selanjutnya kepuasan konsumen akan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

H₂: Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

H₃: Kepuasan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada konsumen Cowzy Bubble Surakarta dengan metode survei, karena jumlah responden sulit diidentifikasi. Survei dipilih karena pengambilan sampel akan lebih efisien. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Restoran Cowzy Bubble Surakarta yang minimal sudah 2 kali kali berkunjung di Restoran Cowzy Bubble dan berumur minimal 15 tahun.

Jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 23 \times 5 = 115 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan rumus di atas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 115 responden. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 115 responden.

Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada pelanggan restoran Cowzy Bubble. Indikator variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Tjiptono & Gregorius (2005: 198) sebagai berikut:

a. *Reliability*

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan.

b. *Responsiveness*

Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap.

c. *Assurance*

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik atau keraguan.

d. *Emphaty*

Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

e. *Tangible*

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen terhadap modul restoran Cowzy Surakarta yang sesuai dengan harapan konsumen. Puas terhadap kualitas pelayanan.

Indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Kotler (2007: 206), yaitu:

a. Puas terhadap kualitas pelayanan

b. Merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.

c. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk/jasa yang lain.

d. Bangga menggunakan produk/jasa yang digunakan.

e. Puas terhadap hasil akhir produk/jasa yang diterima.

3. Loyalitas konsumen

Loyalitas adalah kesetiaan konsumen dalam membeli produk restoran Cowzy Bubble Surakarta.

Indikator loyalitas konsumen dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Kotler dan Keller (2006: 57)

a. *Repeat purchase* yaitu kesetiaan dalam pembelian merek

b. *Retention* yaitu ketahanan terhadap pengaruh yang *negative* mengenai perusahaan.

c. *Referrals* yaitu merefreshkan secara total eksistensi perusahaan.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 115 respon-

den. Kemudian data tanggapan responden yang diukur dengan skala Likert poin yaitu, Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1). Untuk menguji kualitas data dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan rumus korelasi person dan *cronbach alpha*.

Uji asumsi klasik dilakukan melalui 4 uji yaitu uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Pengujian hipotesis 1 dan 2 menggunakan analisis regresi linear berganda bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) kepuasan konsumen (X_2) sebagai variabel moderasi. Pengujian hipotesis 3 menggunakan uji selisih mutlak yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang memoderasi kepuasan konsumen.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian adalah seperti tabel 1 berikut:

Hasil Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas mengenai variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1) sebanyak 15 item kuesioner dinyatakan valid karena *p-value* < 0,05, kepuasan konsumen (X_2) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena *p-value* < 0,05, dan loyalitas pelanggan (Y) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena *p-value* < 0,05.

Hasil uji reliabilitas mengenai variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,785, kepuasan konsumen (X_2) sebesar 0,701, loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,793 menunjukkan nilai yang reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik semua variabel

Tabel 1: Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin	Pria	65	57
	Wanita	50	43
	total	115	100
Usia	15 - 19	40	35
	20 - 30	50	43
	31 - 40	25	22
	total	115	100
Menurut pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	75	65
	Karyawan	21	18
	Wirausaha	6	5
	Lain-Lain	13	11
	Total	115	100

Sumber: data primer diolah, 2017

Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik	Hasil uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,582) > 0,1 <i>VIF</i> (1,718) < 0,1	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji autokorelasi	<i>p</i> 0,076 > 0,05	Tidak terjadi autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	<i>p</i> (0,208 ; 0,054) > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji normalitas	<i>p value</i> 0,07 > 0,05	Residual normal

Sumber: data primer diolah, 2017

Tabel 3: Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel independen	Koefisien	t _{hitung}	Sig	keterangan
(Constans)	3,325	17,51	0,083	
Kualitas pelayanan (X ₁)	0,331	8,685	0,000	Signifikan
Kepuasan konsumen (X ₂)	-0,435	-4,10	0,000	signifikan
F = 38,383	p value = 0,000			
Adj R ² = 0,402				

Sumber: data primer diolah, 2017

dalam penelitian ini dinyatakan lolos uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas seperti pada tabel 2 di atas:

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen diperoleh seperti hasil tabel 3 sebagai berikut, sehingga dapat dibuat persamaan regresi linear berganda seperti tabel 3 di atas.

Dari tabel tersebut diperoleh persamaan:

$$Y = 3,325 + 0,331 X_1 - 0,435 X_2$$

a = 3,325 artinya bila variabel kualitas pelayanan (X₁) dan kepuasan konsumen (X₂) sama dengan 0 berarti loyalitas konsumen positif.

b₁ = 0,331 artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X₁) meningkat dengan satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,331 dengan anggapan variabel kepuasan konsumen (X₂) sama dengan 0.

b₂ = -0,435 artinya apabila variabel kepuasan konsumen (X₂) meningkat dengan satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar -0,435 dengan ang-

gapan variabel kualitas pelayanan (X₁) sama dengan 0.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis 1

Kualitas pelayanan (X₁) terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai t hitung 8,685 dan p value 0,000 < 0,05 berarti kualitas pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa "kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Cowzy Bubble" terbukti kebenarannya.

Uji hipotesis 2

Kepuasan konsumen (X₂) terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai hitung -4,510 dan p value 0,000 < 0,05 H₀ ditolak, berarti kepuasan konsumen (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hipotesis ke 2 yang menyatakan bahwa "kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble" tidak terbukti kebenarannya.

Hasil Uji F

Nilai sig sebesar 0,000 < 0,05, maka H₀ ditolak yang berarti bahwa variabel X₁ dan X₂ sudah tepat digunakan dalam memprediksi pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y, atau secara

Tabel 4: Hasil Uji Selisih Mutlak

Variabel	B	t _{hitung}	Sig	Keterangan
Constans	16,580	90,836	0,000	
Zscore:kualiatas pelyanan	1,296	8,604	0,000	Signifikan
Zscore:kepuasan konsumen	-0,673	-4,401	0,000	Signifikan
AbsZX1_ZX2	0,506	2,283	0,019	Signifikan

Sumber: data primer diolah, 2017

secara simultan X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan terhadap Y .

Uji selisih mutlak

Uji selisih mutlak digunakan untuk menguji regresi dengan variabel moderating. Hasil analisis dikatakan memoderasi apabila p value interaksi $< 0,05$.

Hasil Uji Selisih Mutlak

Untuk menjawab hipotesis 3 hasil uji selisih mutlak diperoleh p value nilai AbsZX1_ZX2 sebesar $0,019 < 0,05$ hal ini berarti bahwa variabel kepuasan konsumen memoderasi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. dengan demikian hipotesis 3 menyatakan bahwa "kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble" terbukti kebenarannya.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Nilai Adjusted R square sebesar 0,402 artinya variabel Y mampu diterangkan oleh X_1 dan X_2 sebesar 40,2%, sedang sisanya sebesar 59,8% diterangkan oleh variabel selain X_1 dan X_2 . bahwa pada pertama dengan variabel kualitas pelayanan (X_1) besarnya koefisien determinasi. (*Adjusted R²*) 0,402 (40,2%) sedangkan model kedua yaitu dengan memasukkan variabel kepuasan konsumen (X_2) sebagai variabel moderasi besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) naik menjadi 0,427 (42,7%).

Dari hasil analisis di atas maka terdapat kesimpulan berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa "kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Cowzy Bubble" terbukti kebenarannya. Hal tersebut ditunjukkan dengan p value $0,000 < 0,05$.
2. Hipotesis ke 2 yang menyatakan bahwa "kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble" terbukti kebenarannya. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien $-0,435$ dan p value $0,000 < 0,05$.

3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa "kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble" terbukti kebenarannya. Hal tersebut ditunjukkan dengan p value $0,000 < 0,05$.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Implikasi dari hasil penelitian ini, manajemen perusahaan hendaknya selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada konsumen yang terbagi menjadi lima dimensi yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Dari hasil penelitian ini bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, artinya semakin tinggi kepuasan konsumen maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi. Implikasi dari hasil penelitian ini, manajemen perusahaan dapat memberikan promosi penjualan dengan potongan harga atau kupon setelah melakukan pembelian dengan nominal tertentu untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel moderasi.

Dari hasil penelitian ini bahwa kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Implikasi dari hasil penelitian ini, manajemen perusahaan hendaknya selalu meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara tetap menjaga kualitas pelayanan yang sudah baik dan mempertahankan acara-acara menarik yang sudah ada untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble Surakarta terbukti kebenarannya. Penelitian ini menyatakan bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan

terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble terbukti kebenarannya. Sedangkan dalam kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Restoran Cowzy Bubble Surakarta terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Wibawa, Ardika Bagus. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Moderator Kepuasan Konsumen. Studi pada Swalayan Relasi Jaya Kartasura. *Skripsi tidak dipublikasikan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Aryani, Dewi dan Febrina Rosita. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan. Survei pada Mahasiswa Sarjana Refuler dan Diploma FISIP UI. *Bisnis & Birokrasi. Jurnal Ilmu Adminitrasi dan Organisasi. Mei-Agustus 2014. Volume 17. Nomor 2. Hal 114-126. Universitas Indonesia*.
- August, Ferdinand. 2006. *Structural Equation Model* dalam Penelitian Manajemen, Badan Penerbit. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Barnes, James G. 2003. *Secret Of Customer Relationship Managemen (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Alih Bahasa: Andreas Winardi. Andi Offset Yogyakarta.
- Widjoyo, Ikasan Ongko, Leonid Julivan Rumambi, dan Yohanes Sondang Kimto. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Drive Thru Mcdonald's Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1. No 1, hal 1-12 Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi *Analisis Multivariate* dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Edisi Sembilan. Indeks Gramedia.
- _____, Philip and Kevin Lane Kelle. 2006. *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- _____, Philip. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandydan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Dan Satifiction*. Andi Offset. Yogyakarta.