



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN KANTOR POS PURWOREJO)

Renata Riskia Agustyn, Suryono Budi Santosa¹

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This research is motivated by the increasing number of mail delivery services and goods and the growing sophistication of technology. While the selected object in this study is customer of Purworejo Post Office where a decline in the level of customer arrivals Purworejo Post Office and the increasing number of complaints. Purpose of this study was to determine the effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy towards customer satisfaction Purworejo Post Office.

After a literature review and compose of hypotheses, data were collected through quantitative methods used questionnaires to 150 customers of Purworejo Post Office. Methods of analysis used multiple linear regression analysis. Sampling technique in this study using accidental sampling.

The results showed that the value of the F test was 63,139. In this study, the value of coefficient of determination showed 75,8, the model in this study were able to explain variation in the dependent variabel of 0.758 or 75.8%. The variabels of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affect the customer satisfaction Purworejo Post Office.

Keywords: Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Penelitian ini dimotivasi oleh adanya penurunan tingkat kedatangan pelanggan ke Kantor Pos Purworejo dimana pada tahun 2009 sejumlah 6340 orang, tahun 2010 sejumlah 6023, dan pada tahun 2011 sejumlah 5072 orang. Selain itu, meningkatnya jumlah keluhan pelanggan secara signifikan dimana tahun 2009 total keluhan ada 1603 dimana hanya 1585 yang dikonfirmasi, tahun 2010 sebesar 1936 dimana yang dikonfirmasi hanya 1902, dan pada tahun 2011 sebesar 2263 dimana hanya 2219 yang dikonfirmasi. Hal ini terjadi karena banyak orang menganggap bahwa menggunakan jasa Kantor Pos Purworejo tidak efektif dan kurang memadai, salah satunya adalah jasa pengiriman surat yang membutuhkan waktu relatif lama dan terkadang mengalami keterlambatan. Selain itu, hilangnya barang yang selama ini dikeluhkan oleh masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman paket barang ke beberapa tempat dalam negeri atau luar negeri. Munculnya pesaing baru yang bergerak dibidang sama, serta kemajuan teknologi pada bidang

¹ Penulis penanggung jawab

telekomunikasi yang membuat masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih jasa yang akan digunakan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Purworejo.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml. et al. (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) bukti fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Atmawati dan Wahyuddin (2007), menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H1 = Bukti fisik / tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman, dkk. (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) berpendapat kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap kehandalan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

Atmawati dan Wahyuddin (2007), menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 = Kehandalan /reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman, dkk. (1998) dalam Lupiyoadi & Hamdani (2006) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Berdasarkan banyak studi yang dilakukan, ada satu hal yang sering membuat pelanggan kecewa, yaitu pelanggan sering diping – pong saat membutuhkan informasi. Dari staf yang satu dioper ke staf yang lain kemudian staf yang lain tidak mengetahui atau menjawab hal apa yang diinginkan oleh pelanggan. Sungguh pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas.

Atmawati dan Wahyuddin (2007), menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3 = Daya Tanggap / responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kotler (2001) mendefinisikan jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Parasuraman, dkk. (1998) dalam Lupiyoadi & Hamdani, (2006) yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramah tamahan, perhatian dan kesopanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau pun keraguan. Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan aktivitas jasa, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan perusahaan tersebut.

Atmawati dan Wahyuddin (2007), menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H4 = Jaminan / assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

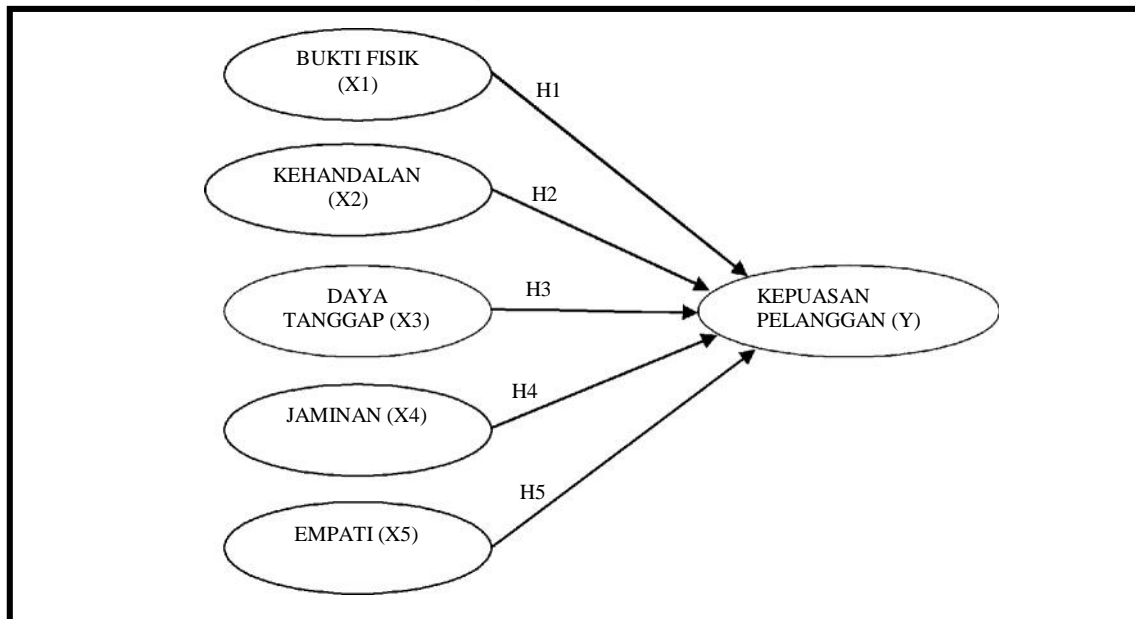
Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman, dkk. 1998 dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Atmawati dan Wahyuddin (2007), menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H5 = Emphaty / empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Atmawati dan Wahyuddin (2007) yang dikembangkan untuk penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti (Ferdinand, 2006). Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y) dari pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan Kantor Pos Purworejo.
2. Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik yang pengaruhnya positif maupun yang negative (Ferdinand, 2006: 26). Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Penentuan Sampel

Penentuan jumlah sampel menurut Hair dan Anderson (2010), dalam regresi sederhana dapat efektif dengan ukuran sampel 20, tetapi untuk menjaga power di 0,08 dalam regresi berganda membutuhkan sampel minimal 50 dan sebaiknya 100 observasi untuk kebanyakan situasi dalam penelitian. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 150 pelanggan dimana hanya 100 yang menjadi responden dan mau mengisi kuesioner sedangkan 50 responden tidak mau mengisi dengan alasan sedang terburu-buru. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok

Metode Analisis

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Independent*) yaitu: bukti

fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) terhadap variabel terikat (*Dependent*) kepuasan pelanggan (Y) Kantor Pos Purworejo.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 (*tangible*)

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2 (*reliability*)

b_3 = Koefisien regresi variabel X_3 (*responsiveness*)

b_4 = Koefisien regresi variabel X_4 (*assurance*)

b_5 = Koefisien regresi variabel X_5 (*empathy*)

X_1 = Bukti fisik (*Tangible*)

X_2 = Kehandalan (*Reliability*)

X_3 = Daya tanggap (*Responsiveness*)

X_4 = Jaminan (*Assurance*)

X_5 = Empati / kepedulian (*Empathy*)

e = *error* / variabel pengganggu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Penelitian

Suatu model dikatakan mampu menerangkan variasi variabel dependennya jika memiliki nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Pada penelitian ini, nilai koefisien determinasi menunjukkan 0,758. Dengan demikian model dalam penelitian ini mampu menerangkan variasi variabel dependen sebesar 0,758 atau 75,8%.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung masing-masing indikator lebih besar dari 0,197 sehingga indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid. Selanjutnya pada uji reliabilitas menunjukkan kelima variabel independen memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 dimana ini berarti kelima variabel tersebut reliabel atau layak sebagai alat ukur.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa kelima variabel independen memiliki tolerance di atas 0,1 dengan *Variance Inflation Factor* di bawah 10 sehingga dalam model regresi tidak ditemukan adanya masalah multikolinearitas. Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak adanya pola yang jelas pada plot serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dimana pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk uji normalitas, pada *probability plot* penyebarannya mengikuti arah garis diagonal dan mengikuti arah garis dan histogram berbentuk normal. Hal ini berarti pada model regresi berdistribusi normal. Pada nilai uji F dalam penelitian ini adalah 63,139. Maka dapat dikatakan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel independen.

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

1. Nilai absolut pada variabel bukti fisik (X_1) adalah sebesar 2,080 dengan tingkat signifikansi 0,040. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,080 > 1,96$ dan $0,040 < 0,05$ artinya variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai absolut pada variabel kehandalan (X_2) adalah sebesar 2,095 dengan tingkat signifikansi 0,039. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,095 > 1,96$ dan $0,039 < 0,05$ artinya variabel kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Nilai absolut pada variabel daya tanggap (X_3) adalah sebesar 2,086 dengan tingkat signifikansi 0,040. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $2,086 > 1,96$ dan $0,040 < 0,05$ artinya variabel daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. Nilai absolut pada variabel jaminan (X_4) adalah sebesar 2,133 dengan tingkat signifikansi 0,036. Karena $>$ yakni $2,133 > 1,96$ dan $0,036 < 0,05$ artinya variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Nilai absolut pada variabel daya tanggap (X_5) adalah sebesar 2,064 dengan tingkat signifikansi 0,042. Karena $>$ yakni $2,064 > 1,96$ dan $0,042 < 0,05$ artinya variabel empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.659	1.471	
	bukti_fisik	.144	.069	.163
	kehandalan	.159	.076	.173
	daya_tanggap	.241	.115	.229
	jaminan	.222	.104	.237
	empati	.191	.093	.190

Sumber : Data yang diolah (2012)

Dari hasil tersebut, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,163X_1 + 0,173 X_2 + 0,229 X_3 + 0,237 X_4 + 0,190 X_5$$

Pada regresi linier berganda, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Bukti Fisik (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,163. Variabel ini mempunyai pengaruh yang paling kecil terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel independen lainnya.
2. Variabel Kehandalan (X_2) terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,173.
3. Variabel Daya Tanggap (X_3) terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,229.
4. Variabel Jaminan (X_4) terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,237. Variable ini mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan.
5. Variabel Empati (X_5) terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,190.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Purworejo serta berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan regresi linier berganda, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan Atmawati dan Wahyuddin (2007), mengambil sampel sejumlah 100 responden sedangkan pada penelitian ini jumlah responden adalah 150 orang. Banyak

keterbatasan dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya memfokuskan pada kajian lima variabel independen yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Untuk itu perlu penelitian yang akan datang dengan agenda menambah variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan yang lain supaya lebih baik lagi penelitian selanjutnya.

Berdasarkan hasil analisis dan keluhan dari responden yang juga termasuk pelanggan Kantor Pos Purworejo adalah:

1. *Assurance* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu, sebaiknya karyawan lebih meningkatkan pola kerja selama ini yang masih kurang terampil dan sopan dalam melayani pelanggan. Serta meningkatkan pengetahuannya yang salah satunya dapat diperoleh melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh perusahaan.
2. *Responsiveness* mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan pelanggan dengan indikator kecepatan dalam melayanani dan komunikasi yang lancar dengan pelanggan. Sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani pelanggan, seperti menambah karyawan bagian *customer service* untuk menangani keluhan pelanggan serta memberi informasi sesuai kebutuhan pelanggan dan karyawan bagian *customer service* harus mampu berkomunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan pelanggan.
3. Sebaiknya perusahaan berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan agar tercipta kesesuaian persepsi dan harapan pelanggan.

REFERENSI

- Assegaff, Mohammad. 2009. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang. Semarang.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin. 2007. “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall**”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Hal. 1-12. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. **Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Augusty, Ferdinand. 2007. **Metodologi Penelitian Manajemen**. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. **Membangun Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan**. Usahawan, No 5.
- Freddy Rangkuti. 2002. **Measuring Customer Satisfaction** (cetakan ketiga). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2005. **Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.



- Hair, Joseph F dan Ralph E Anderson. 2010. **Multivariate Data Analysis**, New Jersey : Prentice Hall.
- Hartono. 2006. **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jateng Cabang Purworejo**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Husein, Umar. 2005. Metode **Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Edisi Baru. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip 1997. Alih Bahasa : Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli, Penyunting : Agus Hasan Pura Anggawijaya, *Manajemen Pemasaran (Marketing Management 9e)*, Edisi Indonesia Jilid Satu, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2000. **Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2001. **Manajemen Pemasaran Indonesia**. Buku 2. Salemba empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat. Jakarta.
- Mas'ud, Fuad. 2004. **Survei Diagnosis Organisasional : Konsep dan Aplikasi**. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Paramarta, Wayan Arta. 2008. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar**. Forum Manajemen Vol 6 No. 2. STIE Bima.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., dan Berry L. 1990. **SERVQUAL**.
- Parasuraman. 1998. **Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality**. Journal of Retailing Vol 64 No. 1, January.
- Sugiyono, 2006, **Statistika Untuk Penelitian**, Cetakan Kesembilan, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. **Statistika Untuk Penelitian**. ALFABETA. Bandung
- Sumarwan, Ujang. 2003. **Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1996. **Manajemen Jasa**. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. **Manajemen Jasa**. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta. Tjiptono, Fandy. 1996. **Manajemen Jasa**. Penerbit Andi. Yogyakarta.