

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL AMANDA HILLS BANDUNGAN

Rifka Ayu Rusdiana¹, Agus Hermani D. Seno²

Email: rifka.rar@gmail.com

ABSTRACT

One of the company's expectations in winning the hearts of consumers is to obtain the satisfaction of the consumer. Based on preliminary studies found several problems in the Amanda Hills Hotel in poor service quality and prices are expensive. Some of these problems have an impact on revenue Amanda Hills Hotel. This study aims to determine the effect of service quality and prices on consumer satisfaction who stay at Amanda Hills Hotel. Data collection technique used purposive sampling with a sample of 100 consumers. Quantitative data were analyzed using SPSS version 16. The analytical method used is correlation, linear regression, t-test, F and determination.

The results show the positive influence and significant correlation between quality of service and prices on consumer satisfaction Amanda Hills Hotel either partially or simultaneously. From these two variables shows that the service quality has the most impact on customer satisfaction at 66.2%, compared to a variable price that affects customer satisfaction by 29.6%. Advice to enhancing consumer satisfaction, in terms of service quality by increase the speed of employees in serving, facilitate submission of complaints, the appearance of the building, exterior and interior more attractive, completeness improved facilities, enhanced cleanliness and tidiness of the rooms and environment. While in terms of price rates can be set not too much different from competitors.

Keywords: Service Quality, Prices, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Salah satu harapan perusahaan dalam memenangkan hati konsumen adalah dengan memperoleh kepuasan dari konsumen. Berdasarkan studi pendahuluan ditemukan beberapa permasalahan di Hotel Amanda Hills dalam kualitas pelayanan yang kurang baik dan tarif yang mahal. Beberapa masalah tersebut berdampak pada pendapatan Hotel Amanda Hills. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Amanda Hills. Teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 konsumen. Analisa data dilakukan secara kuantitatif menggunakan program SPSS versi 16. Metode analisis yang digunakan adalah uji korelasi, regresi linier, uji t, uji F dan determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen Hotel Amanda Hills baik secara parsial maupun simultan. Dari dua variabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen sebesar 66,2%, dibandingkan variabel tarif yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 29,6%. Rekomendasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan adalah dengan meningkatkan kecepatan karyawan dalam melayani, memudahkan penyampaian keluhan, penampilan gedung, eksterior dan interior dibuat lebih menarik, kelengkapan fasilitas ditingkatkan, kebersihan dan kerapian kamar dan lingkungan ditingkatkan. Sedangkan dalam segi tarif dapat dilakukan penetapan tarif yang tidak terlalu jauh berbeda dari Hotel pesaing.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Tarif, Kepuasan Konsumen*

¹ *Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro*

² *Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan tidak akan bertahan tanpa ada konsumen yang mempergunakan atau memakai produk yang dihasilkan pihak produsen. Dalam mempertahankan posisinya dalam pasar, perusahaan meningkatkan strategi yang terbaik agar dapat memenangkan hati konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu harapan perusahaan dalam memenangkan hati konsumen adalah dengan memperoleh kepuasan dari konsumen. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan (Fornel, 1992; Kotler, 2000). Kepuasan konsumen dapat membuat hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis dan menjadikannya sebagai pelanggan. Konsumen yang terpuaskan merupakan aset bagi perusahaan karena konsumen pasti akan datang kembali dan memberikan informasi positif dari perusahaan dan dapat menjadi pembela bagi perusahaan khususnya dalam menangkal isu-isu negatif. Banyak ahli yang menyatakan kualitas pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor harga juga berperan penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Harga adalah pernyataan nilai dari suatu produk.

Demikian halnya yang terjadi pada hotel Amanda Hills Bandungan dimana kualitas pelayanan dan harga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dari konsumennya yaitu para tamu yang menginap di hotel. Amanda Hills Bandungan adalah salah satu usaha yang bergerak pada industri jasa yaitu perhotelan. Amanda Hills Bandungan adalah salah satu hotel berbintang 3 di Bandungan dengan tarif kamar yang termasuk tinggi setelah Hotel Susan Spa & Resort, yaitu mulai dari Rp 350.000.

Peningkatan bisnis pariwisata diiringi dengan meningkatnya bisnis hotel yang semakin memperketat persaingan dengan para pesaing bisnis (usaha) yang mempunyai tujuan yang sama yakni memenangkan persaingan bisnis di pasaran menuntut Amanda Hills Bandungan untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan meningkatnya kepuasan dari konsumen akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan bisnis hotel Amanda Hills Bandungan karena konsumen akan lebih memilih untuk menggunakan jasanya dibandingkan dengan hotel lain. Berikut ini adalah okupansi Hotel Amanda Hills tahun 2012-2015:

Tabel 1.1 Okupansi Hotel Amanda Hills 2012-2015

No.	Tahun	Kapasitas Kamar 1 th	Okupansi dalam 1 th	Persentase Okupansi	Persentase Perubahan per Tahun
1	2012	24455	5677	23,21%	-
2	2013	24455	8283	33,87%	45,90%
3	2014	24455	8896	36,38%	7,40%
4	2015	24455	7544	30,85%	-15,20%

Sumber: Amanda Hills Bandungan, diolah 2016

¹ Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro

² Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro

Tercatat selama 3 tahun terakhir Amanda Hills mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2015 mengalami penurunan. Berdasarkan data pada tabel 1.1. menunjukkan bahwa pada tahun 2012 kamar yang terjual 5677 unit dari jumlah kapasitas 24455 kamar dalam 1 tahunnya, kemudian pada tahun 2013 mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebesar 45,9% dengan penjualan kamar sebesar 8283 unit kama. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2014 juga mengalami kenaikan meskipun hanya 7,4% menjadi 8896 unit. Sebaliknya pada tahun 2015 mengalami penurunan 15,20% menjadi 7544, dengan persentase penjualan kamar hanya 30,85%. Kepuasan konsumen pada hotel Amanda Hills Bandungan belum secara maksimal dilihat dari peningkatan per tahun yang sedikit dan pada tahun 2015 yang mengalami penurunan. Berdasarkan pemaparan data tersebut, diindikasikan kepuasan dari konsumen masih kurang yang dapat menyebabkan penjualan kamar pada Hotel Amanda Hills Bandungan mengalami penurunan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penelitian ini mengambil judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL AMANDA HILLS BANDUNGAN”**.

Rumusan Masalah

Hotel Amanda Hills sebagai bisnis yang ebrgerak di bidang jasa memiliki harapan memberikan kepuasan konsumen yang tinggi, diman konsumen merasakan kualitas pelayanan pada hotel yang dirasakannya baik sesuai dengan harapannya dan tarif yang ditetapkan murah. Dengan adanya kepuasan konsumen yang tinggi hotel akan mendapatkan konsumen yang setia dan konsumen baru, dengan begitu jasa yang ditawarkan oleh hotel terjual dengan baik dan pendapatan hotel menjadi tinggi.

Dalam kenyataannya Hotel Amanda Hills belum mampu untuk menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi, terlihat dari data penjualan pada tahun 2015 mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan sebesar 15,20% dari tahun 2014 sejumlah 8896 unit kamar terjual menjadi 7544 unit kamar yang terjual pada tahun 2015.

Kepuasan konsumen yang rendah disebabkan karena kualitas pelayanan yang belum maksimal karena masih adanya keluhan penginap pada fasilitas hotel dalam hal kenyamanan seperti kerusakan pada fasilitas hotel dan masalah pelayanan karyawan hotel dalam ketepatan waktu saat melayani tamu dan beberapa masalah lainnya. Selain dalam hal kualitas pelayanan, Hotel Amanda Hills juga menetapkan tarif kamar hotel yang lebih tinggi jika dibandingkan hotel-hotel pesaingnya di pasar yang sama di daerah Bandungan.

Dari beberapa masalah diatas, dapat menjadi gambaran bahwa kualitas pelayanan pada Hotel Amanda Hills masih perlu adanya peningkatan karena Hotel belum benar-benar memberikan pelayanan sesuai dengan tarif yang telah ditetapkan sehingga dapat menciptakan kepuasan tamu. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan permasalahannya adalah :

“ Kualitas Pelayanan dan Tarif yang bagaimana yang perlu ditetapkan oleh perusahaan agar mampu meningkatkan Kepuasan Konsumen Hotel Amanda Hills Bandungan?”

KAJIAN TEORI

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting dalam mencapai keunggulan bersaing perusahaan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang

¹ *Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro*

² *Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro*

tepat. Kualitas pelayanan sendiri memiliki pengertian tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.

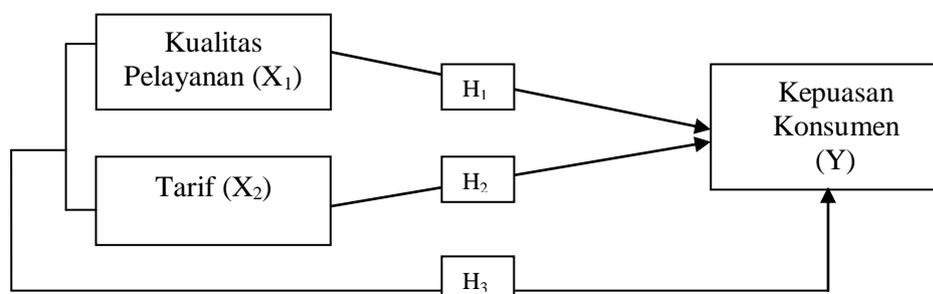
Harga merupakan salah satu faktor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai.

Kepuasan konsumen adalah salah satu tujuan penting dari perusahaan yang merupakan penentu berhasil atau tidaknya perusahaan. Tse & Wilton (1988) mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk yang bersangkutan. Kepuasan konsumen merupakan posisi aktual dimana perasaan konsumen melampaui ekspektasi atau harapan yang didapatkan dari manfaat produk. Sebaliknya jika konsumen tidak merasakan kinerja dari produk tidak sesuai dengan harapannya maka mereka akan mengalami perasaan yang tidak terpuaskan.

Dalam penelitian ini hendak membahas bagaimana kebijakan kualitas pelayanan dan tarif yang perlu dilakukan oleh Hotel Amanda Hills Bandung sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen seperti yang telah direncanakan, sehingga hipotesa penelitian mengacu pada rumusan masalah yang ada, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H1)
2. Tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H2)
3. Kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (H3)

Gambar 1.1 Kerangka Hipotesis



Sumber : dikembangkan untuk penelitian, 2015

¹ Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro

² Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan bersifat *explanatory research* atau tipe penjelasan, yaitu penelitian yang berusaha untuk menjelaskan serta menyoroti hubungan antara variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian serta menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, di samping itu menguji hipotesis yang diajukan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menginap pada Hotel Amanda Hills Bandung. Untuk menentukan jumlah sampel untuk mewakili populasi peneliti menggunakan populasi pengunjung pada Hotel Amanda Hills tahun 2015 sebesar 7544. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu dengan *purposive sampling* dengan syarat: responden pernah menginap di Hotel Amanda Hills Bandung dalam 1 tahun terakhir, responden mengetahui besarnya tarif hotel, responden berusia lebih dari 18 tahun.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis *Skala Likert* dengan nilai interval 1-4. Dalam melakukan penelitian menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner untuk konsumen yang pernah menginap di Hotel Amanda Hills Bandung dan sebanyak 100 kuesioner tersebut diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows versi 16.0.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien korelasi sebesar 0,826 yang berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah sangat kuat, untuk koefisien determinasi sebesar sebesar 0,662 atau jika di persentasikan menjadi 66,2%. Tarif memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien korelasi adalah 0,544 yang berarti hubungan antara tarif dan kepuasan konsumen adalah kuat. Kualitas pelayanan dan tarif secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh kedua variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen sebesar nilai R 0,826 atau pada kriteria hubungan nilai tersebut masuk pada jenis yang kuat, jika persepsi responden pada variabel kualitas pelayanan baik dan tarif murah maka akan berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen menjadi tinggi. Hasil uji koefisien determinasi R^2 (R Square) besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 68,2%. Sedangkan sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 1.2. Uji F

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	324.630	2	162.315	103.904	.000 ^a
	Residual	151.530	97	1.562		
	Total	476.160	99			

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Hasil uji F menunjukkan F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $103.904 > 3,090$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara simultan (bersama – sama)

¹ Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro

² Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro

terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X_1) dan tarif (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Pengaruh positif yang signifikan ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan tarif Hotel Amanda Hills memiliki nilai yang baik dimata konsumen, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan dan tarif Hotel Amanda Hills kurang baik, maka kepuasan konsumen Hotel Amanda Hills menurun.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab seluruh pertanyaan pada rumusan masalah yang tertera di bab 1 yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada Penginap Hotel Amanda Hills Bandungan.

Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, dapat dikatakan ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan sebesar 66,2 persen, sedangkan sisanya 33,8 persen dijelaskan oleh faktor lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hipotesis I "*Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen(H_1)*" **diterima**.

Variabel tarif mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh positif antara variabel tarif terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh yang diberikan variabel tarif sebesar 29,6 persen, sedangkan sisanya 70,4 persen dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor tarif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hipotesis II "*Tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (H_2)*" **diterima**.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan tarif promosi secara bersama – sama terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $103.904 > 3,090$, sehingga menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan tarif secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana variabel kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen dibanding variabel tarif. Sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 68,2% sedangkan 31,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain kualitas pelayanan dan tariff. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hipotesis III "*Kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen(H_3)*" **diterima**.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Kualitas pelayanan Hotel Amanda Hills berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penilaian responden terkait kualitas pelayanan sebanyak 85% dinilai baik.

¹ Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro

² Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro

2. Tarif yang ditetapkan Hotel Amanda Hills berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penilaian responden terkait dengan tarif yang ditetapkan Hotel Amanda Hills sebanyak 63% menilai murah.
3. Kepuasan konsumen pada Hotel Amanda Hills berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penilaian responden terkait dengan kepuasan konsumen, sebanyak 75% menilai tinggi.
4. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan sumbangan pengaruh sebesar 66,2%, sedangkan sisanya 33,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain kualitas pelayanan.
5. Tarif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan sumbangan pengaruh tarif terhadap kepuasan konsumen sebesar 29,6% sedangkan 70,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor selain tarif.
6. Pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen (Y) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan (X_1) dan tarif (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 68,2% sedangkan 31,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain selain kualitas pelayanan dan tarif.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat ditarik beberapa saran yang dapat kemukakan antara lain:

1. Dari hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan berdasarkan sumbangan terbesar dari 15 indikator kualitas pelayanan yang sudah diteliti terdapat 7 indikator penting yang harus lebih diperhatikan Hotel Amanda Hills yaitu kecepatan karyawan dalam melayani, memudahkan menyampaikan keluhan konsumen, penampilan gedung Hotel dibuat lebih menarik lagi, eksterior dan interior dibuat lebih menarik, kelengkapan fasilitas ditingkatkan, kebersihan dan kerapian kamar Hotel lebih ditingkatkan, dan kebersihan dan kerapian lingkungan Hotel Amanda Hills juga ditingkatkan. Disamping itu, 8 faktor lainnya juga harus tetap diperhatikan untuk dipertahankan ataupun ditingkatkan kembali mengenai penampilan karyawan, sikap karyawan, kemampuan karyawan, daya tanggap karyawan, komunikasi karyawan, kapasitas Hotel, kualitas makanan, dan ketersediaan lahan parkir pada Hotel Amanda Hills. Berdasarkan hal tersebut diharapkan Hotel Amanda Hills dapat lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Dari hasil penelitian pada variabel tarif, berdasarkan 3 indikator yang telah diteliti perlu untuk diperhatikan perbandingan tarif Hotel Amanda Hills dengan pesaing dapat ditetapkan tarif tidak terlalu berbeda jauh dari Hotel pesaing. Untuk 2 faktor lainnya juga harus diperhatikan, yaitu tarif yang ditetapkan lebih disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen dan tarif disesuaikan manfaat yang diberikan oleh Hotel Amanda Hills.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif. (2007). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Basu, Swastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta:Bandung

¹ Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro

² Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro

- Christopher Lovelock. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: Kelompok Gramedia Indeks.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ke-17*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Sleman: Bayumedia Publishing.

¹ Rifka Ayu Rusdiana, Universitas Diponegoro

² Agus Hermani D. Seno, Universitas Diponegoro