

Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada pasarmu.id Kota Cirebon

Muangsal¹, Muhammad Furqon², Andry Nurmansyah³, Fitriya⁴
Administrasi Bisnis^{1,2,3,4}

Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon^{1,2,4}, Politeknik LP3I³
**Email: muangsal.faiz@gmail.com, muhammadfurqon@plb.ac.id,
andrynurm@plb.ac.id, fitriya27real@gmail.com**

Abstrak: Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pasarmu.id Kota Cirebon. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil analisis deskriptif bahwa Pelayanan juga termasuk pada kategori sangat tinggi dan Kualitas Produk termasuk pada kategori tinggi dan Kepuasan Pelanggan termasuk pada kategori sangat tinggi. Hasil Uji Parsial menunjukkan bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hasil uji simultan menunjukkan Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin banyak pesaing terutama dalam sektor industri, perdagangan dan kuliner. Semakin hari semakin banyaknya aktivitas masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhannya dalam hal sandang, pangan dan papan. Salah satu kemungkinan upaya untuk menghadapi persaingan ini adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pelanggan. Pelanggan yang puas akan memiliki ikatan emosional dan cenderung memiliki loyalitas tinggi terhadap produk. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya yaitu faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk. Oleh karena itu pengelola pasarmu.id harus memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang lebih nyaman dan dirasa tepat oleh para konsumen. Konsumen akan setia dan memilih produk itu kembali dan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2004:283) kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya ,termasuk keseluruhan produk ,keandalan , ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan , atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan , merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan , ketepatan , kemudahan , pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang baik akan menjadikan keberhasilan dalam suatu perusahaan. Pada zaman globalisasi seperti ini semakin banyak terjadi perubahan dalam dunia bisnis

modern, pola pikir masyarakat yang semakin berkembang dalam menghadapi dunia bisnis modern, dan teknologi yang semakin maju menjadi pengaruh pola gaya hidup masyarakat. Seperti halnya masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan dengan cepat, tepat dan nyaman dalam berbelanja tanpa melakukan transaksi secara langsung. Sudah banyak bisnis melalui media sosial konsumen tidak perlu datang langsung kepada produsen untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini memudahkan masyarakat dalam melakukan jual beli produk melalui ekonomi digital/online. Tim Pengendali Inflasi Daerah (TPID) Kota Cirebon mendirikan pasarmu.id pada bulan November tahun 2020 dan diluncurkan aplikasi pasarmu.id pada hari jum'at 23 April 2021 di halaman Balaikota Cirebon. Pasarmu.id merupakan pasar digital upaya inovatif dalam bisnis makanan pokok seperti beras, sayur, buah, minyak, rempah-rempah dan lain-lain. Bertujuan untuk menjembatani para pelaku pengusaha pasar ke konsumen langsung. Terlebih dimasa pandemi ini tidak boleh terjadi berkerumunan dan mengurangi aktivitas diluar rumah. Banyak masyarakat kota cirebon yang terbantu dengan adanya aplikasi pasarmu.id. Di aplikasi tersebut terdapat menu Operasi Pasar TPID (Tim Pengendali Inflasi Daerah) dan tersedia berbagai paket sembako sesuai kebutuhan masyarakat, barangpun langsung diantar ke pembeli. Sedangkan *supplier* diambil dari Bulog, klaster binaan Bank Indonesia dan *supplier* rekomendasi dari DPKUKM (Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah) Kota Cirebon. Pasarmu.id selalu menjaga kualitas produk karena itu merupakan suatu kepuasan pelanggan terhadap produk pasarmu.id. Produk . Pasarmu.id setiap hari dicek untuk memastikan produk yang akan dijual itu dalam keadaan baik, sehingga pelanggan tidak kecewa dengan produk yang dibelinya. Pengelola pasarmu.id mengutamakan kenyamanan pelanggan, sehingga selalu memperhatikan kualitas produknya. Sebelum melakukan pengiriman produk, pengelola pasarmu.id akan menanyakan terlebih dahulu kepada pelanggan untuk memastikan pesannya. Pesannya pun akan dikirim sampai rumah dan tanpa ongkir. Setelah pelanggan sudah menerima pesannya, akan dicek kembali pesanan tersebut. Untuk sistem pembeliannya pun melalui aplikasi tersebut, pasarmu.id selalu berusaha untuk memberikan tampilan aplikasi yang inovatif agar menarik pelanggan. Meskipun ada beberapa kendala karena aplikasi yang terkadang keluar sendiri, pengantaran barang yang kadang tidak tepat waktu karena jumlah karyawan yang masih sedikit, dan tidak bisa pesan barang secara mendadak. Pengelola sadar akan itu, dan selalu berusaha memperbaiki demi kenyamanan pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Pelanggan akan membeli kembali produk pasarmu.id karena merasa puas dengan pelayanan dan kualitas produk pasarmu.id. Pengelola pasarmu..id selalu mencari cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan pelayanan dan kualitas produknya. Berdasarkan uraian diatas penulis akan mengkaji lebih dalam lagi tentang pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pasarmu.id?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pasarmu.id ?
3. Apakah pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pasarmu.id ?

KAJIAN PUSTAKA

Pelayanan

Pelayanan sangat penting diterapkan pada suatu perusahaan, memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tepat akan memberi kesan baik dan memuaskan pelanggan dengan pelayanan terbaik. Pelayanan merupakan kegiatan yang terjadi dalam interaksi secara langsung antara karyawan dengan pelanggan atau mesin secara fisik yang menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011:222) kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Menurut Rangkuti (2006:28) pada umumnya pelayanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi pelayanan dan penerima layanan mempengaruhi hasil jasa tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Menurut Kotler (2005:153) kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan. Dimensi Kualitas Pelayanan :

1. Bukti Langsung (Tangibles) Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (Reliability)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (Responsiveness)
Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (Assurance)
Merupakan pengetahuan kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Kepedulian
Merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kualitas Produk

Menurut Sunyoto (2013:45) kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah memiliki nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:248) produk adalah sesuatu yang dapat dijual di pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, menggunakan, atau mengkonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Produk juga termasuk ide, orang, organisasi, tempat, acara, atau kombinasi dari semuanya. Kualitas produk

berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya , termasuk keseluruhan produk ,keandalan , ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan , atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan , merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan , ketepatan , kemudahan , pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Dimensi Kualitas Produk :

1. Kinerja (performance)
Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan (durability)
Merupakan umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (comformance to specification) Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Fitur (features)
Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reliabilitas (reliabilitas)
Merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. Estetika (aesthetic)
Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. Kesan kualitas (perceived quality)
Merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal
8. Serviceability
Yaitu kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:353), “menyatakan kepuasan berasal dari bahasa latin Satis yang berarti cukup baik, memandai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat, secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut danang sunyoto (2015:140) kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017:196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil)

produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penulis ingin menganalisa pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen. Dan upaya apa saja untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada pasarmu.id. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan pasarmu.id.

Menurut Sugiyono (2012:62) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel ini hanya sebagian saja yang diteliti untuk mewakili populasi yang ada di pasarmu.id. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pasarmu.id Kota Cirebon

Hasil penelitian ini sejalan dengan Monica Maria (2013) menunjukkan bahwa pelayanan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya dengan memberikan pelayanan terbaik mampu mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pasarmu.id kota cirebon, artinya masing – masing variabel mempunyai hubungan antara variabel pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pengujian Hipotesis pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari hasil uji t, variabel pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 artinya $< 0,05$. Hasil dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,911 > 1,669$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pasarmu.id secara parsial diterima.

2 . Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pasarmu.id Kota Cirebon

Hasil penelitian ini sesuai dengan pengujian Hipotesis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dari hasil uji t, variabel kualitas produk (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 artinya $< 0,05$. Hasil dari nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($6,911 > 1,669$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pasarmu.id secara parsial diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk pasarmu.id kota cirebon akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan serta memiliki sifat dan ciri produk yang khas sehingga pelanggan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dan akan merasa puas dengan produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan Monica Maria (2013)

menunjukkan bahwa kualitas produk ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pasarmu.id kota Cirebon, artinya masing – masing variabel mempunyai hubungan antara variabel pelayanan dan kinerja karyawan. hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3. Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasarmu.id Kota Cirebon.

Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh masing- masing variabel X_1, X_2 terhadap Y yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Pengaruh variabel tersebut apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka dapat dilihat secara parsial antar variabel pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian sesuai Hipotesis pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dari hasil nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($56,996 > 3,145$) dan memiliki tingkat signifikan sebesar 0.000 artinya $< 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pasarmu.id kota Cirebon. Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil peneliti Denis Permana (2019), pada hasil pengujian variabel bebas kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan, dengan tingkat signifikan 0.000. jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ataupun secara bersamaan variabel pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pasarmu.id kota Cirebon.

KESIMPULAN

1. Menurut persepsi responden bahwa secara keseluruhan pelayanan untuk pasarmu.id kota Cirebon termasuk kedalam kriteria tinggi. Artinya bahwa berdasarkan persepsi responden pelayanan yang berada pada pasarmu.id kota Cirebon membuat pelanggan merasa nyaman saat mendapatkan keinginan dan kebutuhannya terpenuhi.
2. Menurut persepsi responden bahwa secara keseluruhan kualitas produk untuk pasarmu.id kota Cirebon termasuk kedalam kriteria sangat tinggi. Artinya bahwa berdasarkan persepsi responden kualitas produk yang berada pada pasarmu.id kota Cirebon membuat pelanggan merasa nyaman saat menggunakan produk dari pasarmu.id kota Cirebon.
3. Menurut persepsi responden bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan untuk pasarmu.id kota Cirebon termasuk kedalam kriteria tinggi.
4. Secara parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasarmu.id kota Cirebon.
5. Secara parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasarmu.id kota Cirebon.
6. Secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pasarmu.id kota Cirebon.

SARAN

Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan meneliti variabel lain yang belum menjadi bahan penelitian karena variabel yang diteliti oleh peneliti sudah termasuk kedalam kategori yang baik dimana variabel independen tersebut memiliki koefisien determinasi sebesar 64,8% yang artinya variabel ini sudah cukup mewakili dan tidak perlu lagi dilanjutkan untuk diteliti.

Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian ini Pelayanan Pasarmu.id Kota Cirebon disambut dengan reaksi positif oleh pelanggan, hal ini berhubungan dengan keramahan karyawan, serta sikap profesional karyawan dalam memberi pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pasarmu.id Kota Cirebon agar tetap mempertahankan pelayanan yang sudah ada supaya terciptanya kepuasan pelanggan dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan para pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini Kualitas Produk Pasarmu.id Kota Cirebon disambut dengan reaksi positif oleh pelanggan, hal ini berhubungan dengan produk yang dijual, serta kualitas bahan pada produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Agar pelanggan tetap puas dan loyal terhadap produk pasarmu.id dan tidak akan berpindah keperusahaan lain. Adapun langkah dalam meningkatkan kualitas produk adalah persediaan bahan-bahan produk yang dibutuhkan oleh para pelanggan harus dilengkapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS
- I Made Putrawan. 2017. Pengujian Hipotesis dalam Penelitian – Penelitian. Bandung: ALFABETA
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid satu. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa, Kedua. Jakarta Salemba Empat.
- Rahmawati, Kartika. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedaibangsawan Klaten.
- Ramadani. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko roti Almaidah Tanjung Anom.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis . Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- Sumarwan, Ujang. (2002). Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suvany. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Renjiro Sushi House Multatuli Medan.”
- Tjiptono, Fandy. (2011). Strategi pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Prinsip - prinsip Total Quality Service. Yogyakarta CV ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran , Edisi tiga , ANDI : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima . Yogyakarta : CV Andi Offset.