

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI VILA AYANNA, DESA CANGGU-BALI

Mutria Farhaeni, Ni Ketut Widiyasari
STIE Bali International Institute of Tourism Management
Email: riafarhaeni@gmail.com

ABSTRACT

The purposed of this study to find out if services has influence to customer satisfaction at Ayanna Villa, Canggu Village-Bali, and to find out how much service gives an influence to customer satisfaction at Ayanna Villa, Canggu Village-Bali. The population this research are the customer who stayed at Ayanna Villa, Canggu Village-Bali. Samples were taken from 60 respondents using a random sample. Data collection done by spread the questionnaire. The analysis technique used in this study was classical assumption test, simple linear regression analysis, t-test analysis and determination analysis. From the simple linear regression analysis test, the service variable (X) has regression coefficient equal to 0,164 that have positive effect to customer satisfaction (Y) and value from t-count (3,170) > t-table (1,672) with significance level 0,002 (<0.05). That's meaning the service (X) has significant influence to customer satisfaction (Y) at Ayanna Villa, Canggu Village-Bali are acceptable. Based on determination test, the service has an influence to customer satisfaction of 14.8% and the remaining 85.2% by other variables not examined in this study.

Key word: Service , Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Villa Ayanna Desa Canggu-Bali, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Vila Ayanna Desa Canggu-Bali. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menginap di Ayanna Villa Desa Canggu-Bali. Sampel diambil dari 60 responden dengan menggunakan sampel acak. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, analisis uji-t dan analisis determinasi. Dari uji analisis regresi linier sederhana, variabel pelayanan (X) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,164 yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai dari t-hitung (3,170) > t-tabel (1,672) dengan tingkat signifikansi 0,002 (<0,05). Artinya pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Vila Ayanna Desa Canggu-Bali dapat diterima. Berdasarkan uji determinasi, pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 14,8% dan sisanya 85,2% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu tempat wisata yang memiliki daya tarik tersendiri di kalangan wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan keindahan panorama alamnya serta memiliki

unsur budaya, adat istiadat dan tradisi yang kuat menyebabkan Bali menjadi tempat wisata andalan di Indonesia. Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Bali baik wisatawan domestik maupun mancanegara, mengharapkan keamanan, kenyamanan dan kepuasan dalam berwisata. Berbagai macam fasilitas disediakan demi menunjang kebutuhan para wisatawan. Perusahaan-perusahaan jasa khususnya penginapan seperti misalnya hotel ataupun vila dalam menjalankan usahanya tentunya dengan memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan.

Kotler dan Keller (2009: 42) mengungkapkan bahwa, “pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik”. Sedangkan Sugiarto (2002: 36) menyatakan bahwa “pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasan hanya dapat dirasakan oleh yang melayani maupun yang dilayani”. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004: 145).

Menurut Kotler dan Keller (2008:39), menyebutkan sejumlah karakteristik pelayanan/jasa yang meliputi: *Intangibility* (tidak berwujud), *Inseparability* (tidak dipisahkan), *Variability* (berubah-ubah/bervariasi), dan *Perishability* (cepat hilang, tidak tahan lama). Pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan akan memberikan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2005) menyatakan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil dengan harapan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila penyedia pelayanan jasa memberikan apa yang diinginkan dan menjadi kebutuhan pelanggan”. Demikian juga halnya dengan yang terjadi pada Vila Ayanna, Desa Canggu Bali yang merupakan salah satu perusahaan jasa penginapan yang masih eksis di tengah tingginya iklim persaingan. Perusahaan selalu berupaya dalam hal memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menginap dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai standar kerja perusahaan. Meskipun demikian masih saja ada pelanggan yang mengeluh terhadap pelayanan di vila.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah pengaruh pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali. (2) Seberapa besarnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Definisi Pelayanan

Pengertian Pelayanan merupakan melayani pelanggan secara maksimal, penuh tanggungjawab terhadap semua keinginan atau kebutuhan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik akan memberikan citra positif dan pelanggan akan merasa dihargai serta dihormati. Menurut Moenir (2005: 47) menjelaskan bahwa “pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”. Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah “setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Indikator Pelayanan

Kotler (2005: 123) mengemukakan pelayanan memiliki lima mutu jasa atau service quality yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan) yaitu kepastian pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

2. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (satisfactions) berasal dari bahasa latin statis yang berarti cukup baik atau memadai dan facio yang berarti melakukan atau membuat. “Kepuasan pelanggan adalah tingkat

perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya” (Kotler, 2000: 52). “Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Namun apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas” (Barnes, 2001: 72). Sedangkan Zeithaml dan Bitner (2000:75) menyatakan bahwa, “kepuasan adalah respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan”.

Indikator kepuasan pelanggan

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi melalui dua komponen (Rangkuti, 2002: 23), antara lain:

1. *Desire Service*, yaitu suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
2. *Adequate Service*, yaitu suatu pelayanan yang cukup dapat diterima. Berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut (Lupyoadi, 2001), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya.

b. Faktor-Faktor Timbulnya Ketidakpuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2011: 113) munculnya ketidakpuasan pelanggan terhadap produk/jasa, disebabkan oleh:

1. Ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan.
2. Kualitas pelayanan di bawah standar.
3. Pelayanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
4. Harga yang dikeluarkan tidak sesuai dengan pelayanan yang didapat.

c. Cara Menanggapi Keluhan Pelanggan

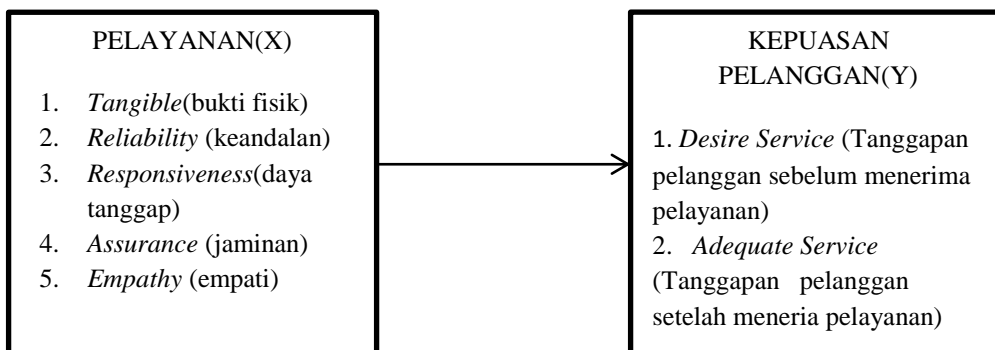
Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam menanggapi keluhan pelanggan menurut Nitisusastro (2013: 222) adalah: menyatakan rasa simpati, meminta maaf, menyatakan bersedia memperbaiki dan memonitoring tindak lanjut

d. Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan akan memberikan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2005) menyatakan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil dengan harapan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila penyedia pelayanan jasa memberikan apa yang diinginkan dan menjadi kebutuhan pelanggan”.

C. KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 1
Bagan Kerangka Pemikiran
Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali



Hipotesis

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yang sudah disusun sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang ada tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali yaitu ”Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali.

D. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali.

2. Objek Penelitian

Sebagai objek dalam penelitian ini adalah yaitu pelayanan dan kepuasan pelanggan

3. Definisi Operasional

- a. Pelayanan merupakan sikap melayani sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Adapun indikator yang mendukung dari variabel Pelayanan, meliputi: *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati).
- b. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Berdasarkan pada definisi konseptual dari variabel penelitian maka diperoleh indikator operasional yang meliputi: *desire service dan adequate service*.

4. Jenis Data: Data Kuantitatif dan Data Kualitatif .

5. Sumber Data: Data Primer dan Data Sekunder

6. Populasi dan sampel. Dalam penelitian ini populasinya ialah seluruh pelanggan yang menginap di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali dan sampel dalam penelitian ini mengambil 60 responden secara acak.

7. Metode Pengumpulan Data, dalam penelitian ini ada 3 yaitu observasi, kuesioner, dan studi dokumentasi.

8. Teknik Analisis Data, dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan meliputi: Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis(uji t-test) dan Uji Determinasi

E. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Tabel 1.
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Jumlah	Persentase
Valid	Laki-laki	35	58,3
	Perempuan	25	41,7
	Total	60	100

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 1. yaitu menurut jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 35orang (58,3%) sedangkan responden perempuan sebanyak 25orang (41,7%). Jumlah responden laki-laki yang lebih banyak dibanding responden perempuan merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner.

Tabel 2.
Jumlah Responden Menurut Umur

Umur		Jumlah	Persentase
Valid	18-24	5	8,3
	25-35	32	53,3
	36-45	23	38,3
	Total	60	100

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 2. dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berkisar antara 25 – 35 tahun yaitu sebanyak 32 orang (53,3%), diikuti dengan usia responden 36 – 45 tahun yaitu sebanyak 23 orang (38,3%).

Tabel 3.
Jumlah Responden Menurut Status Pernikahan

Status Pernikahan		Jumlah	Persentase
Valid	Nikah	10	16,7
	Belum menikah	50	83,3
	Total	60	100

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa responden yang menginap di Vila Ayanna lebih banyak dengan status belum menikah yaitu sebanyak 50 orang (83,3%). Dan responden dengan status sudah menikah sebanyak 10 orang (16,7%). Responden yang menginap mayoritas merupakan wisatawan mancanegara yang kebanyakan menginap bersama teman-teman ataupun kerabat. Selain itu hal tersebut merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner mayoritas pelanggan yang menginap berstatus belum menikah.

Tabel 4.
Jumlah Responden Menurut Kewarganegaraan

Kewarganegaraan		Jumlah	Persentase
Valid	Amerika	6	10,0
	Eropa	19	31,7
	Asia	12	20,0
	Australia	23	38,3
	Total	60	100

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui bahwa jumlah responden yang kebanyakan menginap di Vila Ayanna berasal dari Negara Australia yaitu sebanyak 23 orang (38.3 %),

diikuti oleh Negara Eropa yaitu sebanyak 19 orang (31,7%). Hal itu menunjukkan bahwa Negara Australia menjadi salah satu Negara yang penduduknya paling lebih sering melakukan kunjungan wisata dan menginap di Vila Ayanna.

Tabel 5.
Jumlah Responden Menurut Lama Menginap

Lama Menginap			
		Jumlah	Persentase
Valid	1-6 hari	12	20,0
	7-14 hari	37	61,7
	15-30 hari	11	18,3
	Total	60	100

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui bahwa lama waktu pelanggan menginap di Vila Ayanna paling banyak dengan rentang waktu 7- 14 hari yaitu sebanyak 37 orang (61, 7%). Diikuti dengan lama waktu menginap dengan rentang 1- 6 hari sebanyak 12 orang (20,0%). Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan yang datang menginap ke Vila Ayanna memiliki masa tinggal liburan berwisata yang cukup lama.

2. Uji Normalitas

Tabel 6.
Pengujian Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One- Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13984219
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.088
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2tailed)		.054 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber :(data diolah, 2019)

Dari hasil uji tersebut dapat diketahui nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,054 yang berarti lebih besar dari *level of significant* 5% . Hal ini menunjukkan data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

a. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	sig
	B	Std. Error	Beta		
1	Constant	.632	2.220		
	X	.004	.030	.017	

a. Dependent Variable: abs_ut

Sumber :(data diolah, 2018)

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* melalui uji *Glejser* pada tabel 7. dapat dilihat bahwa sig. pada masing-masing variabel bernilai lebih dari 0.05. dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam model regresi pada penelitian ini dan variabel independen dinyatakan tidak mengalami *heteroskedastisitas*.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 8.
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	Constant	10.759	3.854	
	X	.164	.052	.384

a. Dependent Variable: Y

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 8. dapat diketahui nilai konstanta a, koefisien regresi b, yaitu sebagai berikut:

a= 10,759

b= 0,164

Oleh karena itu, persamaan regresi linier sederhana yang menyatakan pengaruh variabel bebas Pelayanan (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Vila Ayanna, Desa Canggü-Bali dapat dinyatakan sebagai berikut:

Y= a+bX

Y= 10,759 + 0,164X

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh, maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh Pelayanan (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) pada Vila Ayanna, Desa Canggü-Bali adalah sebagai berikut:

a.Terdapat pengaruh positif antara variabel bebas Pelayanan (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Apabila variabel bebas Pelayanan (X) besarnya sama dengan 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar konstanta (a), yaitu 10,759 satuan (orang). Hal ini didapat dari perhitungan:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10,759 + 0,164X$$

$$Y = 10,759 + 0$$

$$Y = 10,759$$

Hal ini berarti apabila Pelayanan (X) besarnya satu satuan (orang), maka besarnya Kepuasan Pelanggan (Y) menjadi 10,759 satuan (orang) atau meningkat sebesar rata-rata 10,759. Berdasarkan penjelasan di atas secara umum dapat dinyatakan bahwa Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Vila Ayanna, Desa Canggubali. Ini menunjukkan bahwa apabila Pelayanan ditingkatkan, maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya apabila pelayanan menurun kepuasan pelanggan juga ikut menurun.

4. Uji Hipotesis (T-test)

Tabel 9.
Hasil Uji T-test

Model		T	Sig.
1	Constant	2.791	.007
	X	3.170	.002
a. Dependent Variable: Y			

Sumber :(data diolah, 2019)

Dari tabel 9. besarnya thitung untuk variabel Pelayanan (X) adalah 3,170 dengan nilai Sig = 0,002 lebih kecil dari probabilitas 0,05. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (3,170) > t_{tabel} (1,672)$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak, berarti variabel Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Vila Ayanna, Desa Canggubali.

5. Uji Determinasi

Tabel 10.
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.384 ^a	.148
a. Predictors: (Constant), X		
b. Dependent Variable: Y		

Sumber :(data diolah, 2019)

Berdasarkan table 10. menunjukkan bahwa nilai Rsquare sebesar 0,148 atau 14,8%. Rumus untuk menentukan besarnya koefisien determinasi adalah:

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,148 \times 100\%$$

=14,8%

Dari hasil uji koefisien determinasi seperti pada tabel 4.10 dan perhitungan di atas dapat diartikan bahwa Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 14,8 % sedangkan sisanya 85,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh hasil bahwa variabel Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang berarti bahwa apabila pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya apabila pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.
2. Berdasarkan Uji Determinasi diperoleh hasil bahwa pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 14,8% dan sisanya 85,2 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

1. Mengingat terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Vila Ayanna, Desa Canggu-Bali, maka variabel-variabel tersebut tetap dipertahankan dan lebih meningkatkan pelayanan.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain pelayanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan misalnya, pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G. 2001. *Secret of Customer Relationship Management*. Yogyakarta. Andi.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku kedua. Andi. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Milenium. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevil Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke Tiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Moenir. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara, Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Zeithaml, Valarie A. dan Bitner. 2000. *Service Marketing 2nd Edition Integrating Customer Focus*. New York: Mc Graw Hill Inc.