

p-ISSN : 2685-8754

e-ISSN : 2686-0759

PENGARUH HARGA, LOKASI, KUALITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BAKSO MEKAR ASIH DESA BINJAI BARU KABUPATEN BATU BATA

Rizky Fadila¹, Heri Prasuhanda Manurung²
Universitas Asahan-Kisaran

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Twarung Bakso MekarAsih Binjai Baru. Berdasarkan Hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan hasil sebesar 0.000. Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.526. Hal ini berarti 52,6 % menunjukkan bahwa variasi naik turunnya Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan hasil uji t diketahui bahwa hasil penelitian untuk variabel Harga menunjukkan nilai signifikan 0,177 yang berarti tidak ada pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Variabel Lokasi menunjukkan nilai signifikan 0,013 yang berarti ada pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang berarti ada pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang berarti ada pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.**PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis dibidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bias mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui

penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersiang. Kepuasan atau tidak puas pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan

Pemilik Usaha berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, harga produk maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, harga produk serta pelayanan yang ada di Warung Bakso. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan,

Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.

Kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk. Kualitas pelayanan juga merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen. Hal ini juga didasari oleh Warung bakso mekar asih yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus menerus untuk kian meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh**

Harga,Lokasi,Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso Mekar Asih Desa Binjai Baru Kabupaten Batu Bara.”

I. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Rama Joko Darmawan dan Budhi Satrio (2017) sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya melakukan penelitian ini tentang “pengaruh harga kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada apotik takavi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh variable dari kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis uji kelayakan model juga menunjukkan bahwa semua variable secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Titik Efnita (2017) Universitas Putera Batam melakukan penelitian tentang “pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh variable variasi produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variable Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen terlihat t-hitung 2,926 dan t-tabel 1,999 dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,916 < 1,999$) atau tingkat signifikan lebih kecil dari alpha ($0,005 > 0,05$).

Albertus Ferry Rostya Adi (2012) melakukan penelitian tentang “ Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada waroeng spesial sambal cabang lampersari)”. Metode analisis penelitian dengan analisis regresi

berganda, dengan hasil penelitian semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t.

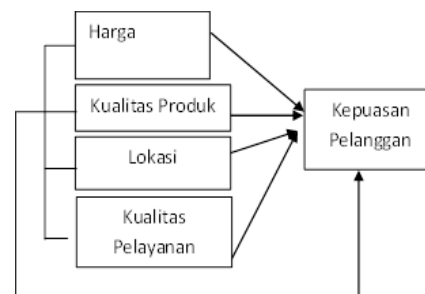
Lina Prahastuti (2011) melakukan penelitian tentang “Analisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen INDOSAT (studi pelanggan indosat di wilayah Semarang)”. Metode penelitian dengan nilai indeks dan regresi berganda, dengan hasil penelitian kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen indosat.

Rayi Endah (2008) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada warung makan taman singosari Semarang)” tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada warung makan taman singosari Semarang), dimana variabel penelitian kualitas pelayanan (X_1), Kualitas produk (X_2), Harga (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) restoran Warung Taman Singosari Semarang. Dari data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 0,342 X_1 + 0,271 X_2 + 0,213 X_3$

1.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang

hubungan antar variabel yang diteliti. Dari uraian tersebut maka hubungan ketiga variabel tersebut digambarkan melalui diagram kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar Kerangka Konseptual

1.3. Hipotesis

Hipotesis adalah merupakan jawaban sementara dari pertanyaan penelitian yang berfungsi untuk menentukan kearah pembuktian (Notoatmojo, 2002). Berdasarkan kerangka konseptual maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

H_1 : Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pe

layanan secara Simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warun Bakso Mekar Asih Desa Binjai Baru Kabupaten Batu Bara.

H_2 : Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara Parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warun Bakso Mekar Asih Desa Binjai Baru Kabupaten Batu Bara.

II. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sinulingga (2013) bahwa deskriptif kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta dan sifat suatu objek atau populasi tertentu. Sifat penelitian ini menggunakan tingkat eksplanasi

asosiatif, yaitu penelitian yang dimaksud menjelaskan kedudukan variable-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lain yaitu dengan variabel harga, lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru Kabupaten Batu Bara.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Warung Bakso Mekar Asih Binjai Kabupaten Batu Bara. Sedangkan waktu penelitian dan penyelesaian skripsi ini dimulai pada bulan Juni sampai dengan bulan Oktober 2020.

3.3. Populasi dan Sampel

Berdasarkan rumus tersebut karena jumlah pelanggan yang telah melakukan pembelian di warung bakso mekar asih tidak diketahui secara pasti, maka sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan margin of error sebesar 10% dan tingkat signifikansi sebesar 5% adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2}{4(10\%)^2} = 96,04$$

Jadi dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 96 responden.

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak dengan menggunakan alat ukur kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* dengan data empirik dari variabel penelitian adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas menggunakan *software SPSS* dengan

ketentuan apabila $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan adalah reliabel. Menurut Ghazali (2011:112), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

c. Pengujian Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut: Bentuk pengujian adalah sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$$

(Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru Kabupaten Batu Bara).

$$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

(Harga, Lokasi, Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru Kabupaten Batu Bara).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

Bila nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, pada $\alpha=5\%$

Bila nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima pada H_1 ditolak, pada $\alpha=5\%$

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji-t adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

$$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$$

(Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso

Mekar Asih Binjai Baru Kabupaten Batu Bara).

$H_2 : b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$

(Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru Kabupaten Batu Bara).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima ($\alpha = 5\%$)

Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak ($\alpha = 5\%$)

Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2011:87). Nilai koefisien determinasi antara 0–1.

Dasar pengambilan keputusan:

Bila $R^2 > 0,5$ dikatakan baik atau akurat.

Bila $R^2 = 0,5$ dikatakan sedang.

Bila $R^2 < 0,5$ dikatakan kurang.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada table 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	42.7	42.7	42.7
	Perempuan	55	57.3	57.3	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian, diolah Peneliti (2019)

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada table 4.2 dibawah ini

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 s/d 25 Tahun	40	41.7	41.7	41.7
	26 s/d 35 Tahun	32	33.3	33.3	75.0
	> 36 Tahun	24	25.0	25.0	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian, diolah Peneliti (2019)

3. Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji-F)

Uji F_{hitung} (Uji Serempak) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan dari variabel independen .

Tabel Uji Sumultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.307	4	35.327	27.375	.000 ^b
	Residual	117.433	91	1.290		
Total		258.740	95			

a. Predictors: (Constant), X4_Kualitas_Pelayanan, X3_Kualitas_Produk, X2_Lokasi, X1_Harga

b. Dependent Variable: Y_Kepuasan_Pelanggan

Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t (Uji Parsial) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen Pengujian terhadap variabel bebas dan variabel terikat secara Parsial (individu) dan dilakukan dengan uji t dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.981	1.147		2.600	.011
	X1_Harga	.097	.071	.146	1.360	.177
	X2_Lokasi	-.106	.042	-.212	-2.531	.013
	X3_Kualitas_Produk	.202	.037	.452	5.480	.000
	X4_Kualitas_Pelayanan	.209	.057	.416	3.653	.000

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan_Pelanggan

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 – 1.

Tabel Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.546	.526	1.13599

a. Predictors: (Constant), X4_Kualitas_Pelayanan, X3_Kualitas_Produk, X2_Lokasi, X1_Harga

b. Dependent Variable: Y_Kepuasan_Pelanggan

IV. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari analisis data serta uji hipotesis pada pembahasan yang telah dilakukan, maka disimpulkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga (X_1), Lokasi (X_2), Kualitas Produk (X_3) dan Kualitas Pelayanan (X_4) berpengaruh signifikan secara simultan Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru, yang mana dari hasil uji hipotesis dengan uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $27,375 > 2,47$ dan Probabilitas (Sig) $(0,000) < \alpha (0,05)$. Pengaruh simultan tersebut diketahui dari Koefisien Determinasi (R^2) yaitu sebesar 52,6 %. Hal ini berarti 52,6 % peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu 47,4 % disebabkan faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

2. Variabel Harga (X_1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru. Hal ini disimpulkan dari hasil uji hipotesis dengan uji t yang mana nilai $t_{hitung} (1,360) < t_{tabel} (1,98638)$ dan profitabilitas (sig) $(0,177 > 0,05)$.
3. Variabel Lokasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru. Hal ini disimpulkan dari hasil uji hipotesis dengan uji t yang mana nilai $-t_{hitung} (-2,531) < -t_{tabel} (-1,98638)$ dan profitabilitas (sig) $(0,013 < 0,05)$.
4. Variabel Kualitas Produk (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru. Hal ini disimpulkan dari hasil uji hipotesis dengan uji t yang mana $t_{hitung} (5,480) > t_{tabel} (1,98638)$ dan profitabilitas (sig) $(0,000 < 0,05)$.
5. Variabel Kualitas Pelayanan (X_4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Warung Bakso Mekar Asih Binjai Baru. Hal ini disimpulkan dari hasil uji hipotesis dengan uji t yang mana $t_{hitung} (3,653) > t_{tabel} (1,98638)$ dan profitabilitas (sig) $(0,000 < 0,05)$.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan sehubungan dengan pelaksanaan penelitian ini antara lain yaitu:

1. Harga merupakan salah satu faktor dalam usaha, harga yang murah dibandingkan kompetitor atau pesaing maka akan banyak peminat yang berkunjung ke warung bakso tersebut dengan

- tujuan untuk meningkatkan keuntungan dalam usaha.
2. Lokasi usaha yang strategis hal ini tentunya sangat berdampak positif untuk kemajuan usaha yang dijalankan. Lokasi yang mendukung, dengan tempat parkir yang memadai membuat pengunjung tertarik untuk datang ke lokasi usaha yang dijalani.
 3. Kualitas Produk merupakan salah satu faktor pendukung untuk kemajuan usaha yang dijalankan. Dengan kualitas produk yang bermutu tentunya dapat meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja. Maka dari itu kualitas produk merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan kualitas produk yang baik, maka semakin banyak konsumen yang datang sehingga dapat meningkatkan laba usaha.
 4. Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang berkunjung. Dengan Kualitas Pelayanan yang baik antar karyawan dan pengunjung hal ini akan berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan.
 5. Pihak pemilik usaha terkait, hendaknya senantiasa berupaya membina dan meningkatkan setiap Kepuasan Pelanggan yang berkunjung. Adapun upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan antara lain yaitu: dengan cara meningkatkan harga yang bersahabat, lokasi usaha yang mendukung, kualitas produk yang bermutu serta kualitas pelayanan yang baik agar dapat meningkatkan keuntungan yang maksimal.
 6. Bagi peneliti selanjutnya agar lebih jeli lagi dalam mencari

masalah-masalah yang akan dijadikan sebagai variabel dalam penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne. 2001 .*The Essence Of Service Marketing*.Yogyakarta : Andi dan Person education
- Amstrong dan Kotler.2003. *Dasar dasar Pemasaran Jilid 1 edisi Kesembilan*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Amstrong, Kotler. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Barry, Render dan Jay Heizer. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasional*. Jakarta : Salemba Empat
- Basu, Swastha . 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta : Liberty
- Basu,Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta : Liberty
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang : UNDIP
- Handoko,T. Hani Handoko. 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Notoatmojo,S. 2002. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. (Marketing Manajemen)* Edisi Milenium Jilid 2. Jakarta : PT Prenhalindo
- S.Sinulingga, 2013. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi Edisi 1*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Supranto. *Pengukuran Tingkat Pelanggan*, Jakarta: Rineka

p-ISSN : 2685-8754
e-ISSN : 2686-0759

Cipta, 2001.
Tjiptono, Fandy dan Chandra G.
2004. *Service, Quality,
Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI
Tjiptono, Fandy. 2001 *Strategi*

Pemasaran, Jakarta: Indeks
Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi
Pemasaran Edisi
Ketiga*, Yogyakarta : Andi