

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL MOTOR CONDONG KOAR-KOAR DI GEDANGAN SIDOARJO

Maulana Muhammad Rudini dan Ety Dwi Susanti
Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, UPNV Jawa Timur

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau pengguna yang memakai jasa bengkel pada bulan Januari 2014. Sampling diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis membuktikan bahwa secara simultan kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra dan rintangan untuk berpindah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas sebagai variabel terikat. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan hasil F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Secara parsial diantara variabel independen variabel kepuasan pelanggan, kualitas jasa, dan rintangan untuk berpindah berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya. Hal ini terbukti bahwa dari nilai t_{hitung} variabel kepuasan lebih besar dari t_{tabel} , Variabel kualitas jasa memperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , Variabel rintangan untuk berpindah memperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Untuk variabel citra secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas hal ini dapat dilihat bahwa untuk variabel citra memperoleh t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} .

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Jasa, Citra, Rintangan untuk Berpindah dan Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Saat ini banyak industri yang saling bersaing untuk memperebutkan pasar pelanggan. Persaingan yang terjadi tidak hanya dengan perusahaan-perusahaan dalam industrinya, tapi juga dengan perusahaan-perusahaan dalam industri lain yang memproduksi jasa atau produk alternatif. Produk atau jasa yang memiliki bentuk berbeda, tapi menawarkan fungsi utilitas atau manfaat yang sama. Produk atau jasa yang memiliki fungsi dan bentuk berbeda, tapi tujuan sama. Hal-hal tersebut merupakan pengganti bagi satu sama lain. Untuk itu, perusahaan dituntut mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing – masing melalui upaya – upaya kreatif, inovatif serta efisien sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan penjualan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Persaingan yang umumnya terjadi adalah persaingan harga, pemberian fasilitas-fasilitas tambahan, pemberian pelayanan, dan lain-lain sebagainya. Persaingan tersebut juga terjadi dalam dunia bisnis bengkel dan jasa cuci mobil dan motor.

Setiap perusahaan berusaha agar jasa yang ditawarkan baik tujuan dan sasaran perusahaan dapat tercapai. Agar suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dapat mencapai keberhasilan dan sukses menciptakan serta mempertahankan kepuasan sekaligus mengupayakan agar menjadi konsumen yang loyal pada suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan memperkuat ikatan dengan pelanggan mampu menciptakan kepercayaan yang merupakan langkah pertama yang penting dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas yaitu kesetiaan pelanggan terhadap suatu objek. Untuk dianggap benar-benar loyal dalam menggunakan jasa bisnis bengkel dan jasa cuci motor dan mobil, maka pelanggan harus tetap memakai jasa tersebut pada waktu yang akan datang. Pelanggan yang benar – benar loyal menolak pesaing dan memakai kembali jasa dari perusahaan yang sama kapan saja saat dibutuhkan. Sedangkan faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo yaitu Kepuasan Pelanggan diperlukan bagi kesuksesan bisnis, tetapi kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk membangun atau membentuk pelanggan yang loyal dalam memakai jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo. Bila pelanggan merasa puas, mereka akan kembali lagi menggunakan jasa tersebut dan lebih sering. Dengan kata lain tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi belum tentu menghasilkan pembelian berulang dan meningkatkan penjualan. Salah satu faktor yang penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas jasa, karena jasa yang berkualitas rendah akan menanggung resiko pelanggan tidak setia. Dalam hal ini jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo berusaha memberikan tarif yang murah tanpa mempengaruhi kualitas yang diberikan.

Kemampuan menjaga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo atau bahkan memenangkan suatu persaingan tergantung pada citra produk yang melekat dipikiran pelanggan. Dengan citra yang positif akan memberikan arti baik terhadap jasa yang diberikan perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah pendapatan. Sebaliknya pendapatan suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat. Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo yaitu besar kecilnya rintangan untuk berpindah akan membuat pelanggan menjadi loyal.

Bisnis Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo merupakan salah satu bengkel dan modifikasi motor di kecamatan Gedangan Sidoarjo yang memberikan akses pelayanan kepada pelanggan, kenyamanan dan keramahan karyawan. Hal-hal tersebut merupakan sebagian kecil dari layanan yang diberikan bisnis bengkel dan modifikasi mesin motor kepada pelanggan.

Data pelanggan diambil pada bulan Januari – Maret karena pada pergantian bulan ini terjadi perbaikan atau renovasi pada ruangan bengkel sehingga jumlah pelanggan yang datang ke Bengkel Motor Condong Koar –Koar Di Gedangan Sidoarjo antara bulan Januari – Maret mengalami penurunan. Pelanggan yang benar – benar loyal akan datang kembali meskipun terjadi perbaikan yang menyebabkan kebisingan atau ketidaknyamanan dalam proses melakukan servis.

Beberapa masalah yang dikeluhkan oleh para pelanggan ini diperoleh dari kotak saran dan keluhan langsung dari pelanggan. Banyaknya keluhan dari pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Bengkel Motor Condong

Koar - Koar. Dari berbagai macam masalah keluhan dari pelanggan, terdapat beberapa hal yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan berkaitan dengan kualitas layanan di Bengkel Motor Condong Koar - Koar Di Gedangan Sidoarjo, antara lain :

1. Rusaknya fasilitas pendukung (Ruang tunggu) membuat pelanggan gerah dan tidak dapat menikmati suasana atau lingkungan bengkel
2. Kecepatan hasil pelayanan servis yang agak lama dirasakan oleh pelanggan merasa kecewa
3. Ruangan yang panas dan kebersihan yang tidak dijaga dirasakan oleh pelanggan semakin mengurangi kenyamanan.

Landasan Teori

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan merancang program teknik jangka pendek.

Berdasarkan definisi diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa *marketing mix* merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, diorganisir, dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel-variabel yang termasuk dalam bauran pemasaran adalah :

1. Produk
2. Harga
3. Promosi
4. Distribusi

Dalam buku Catur Rismiyati (2001:275) menurut Gronroos terdapat tiga strategi pemasaran untuk bidang jasa yang harus dilakukan secara bersama, adalah sebagai berikut :

1. Pemasaran Eksternal
2. Pemasaran Internal
3. Pemasaran Interaktif

Loyalitas

Loyalitas pelanggan perlu diperoleh karena pelanggan yang setia akan aktif berpromosi, memberikan rekomendasi kepada keluarga dan sahabatnya, menjadikan produk sebagai pilihan utama dan tidak mudah pindah. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang dapat menarik loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan peran penting dalam suatu perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja perusahaan.

Terdapat empat tahapan loyalitas yaitu *kognitif*, *afektif*, *konatif* dan tindakan. Biasanya pelanggan menjadi setia lebih dulu pada aspek kognitifnya kemudian aspek afektifnya, kemudian aspek konatifnya dan akhirnya pada aspek tindakan.

Tahapan pertama : *Loyalitas Kognitif*

Tahapan kedua : *Loyalitas afektif*

Tahapan ketiga : *Loyalitas konatif*

Tahapan keempat : *Loyalitas tindakan*

Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” yang artinya cukup baik atau memadai dan “facio” yang artinya melakukan atau membuat. Keputusan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Sekalipun sulit untuk diketahui, perusahaan harus selalu memantau kepuasan konsumen untuk mengembangkan dan implementasi strategi perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja dan mempertahankan konsumen atau pelanggan.

Citra

Salah satu strategi agar suatu produk mampu bersaing dipasar adalah dengan membangun citra produk yang baik dimata konsumen. Citra sama artinya dengan image. Citra yang baik akan mempengaruhi proses pembelian konsumen terhadap suatu produk. Oleh karena itu, citra menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan pemasaran. Citra selalu memainkan peranan penting, terutama di dalam persaingan diantara merek-merek yang ada.

METODE PENELITIAN

Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang menjadi obyek pengamatan dalam suatu penelitian yang berdasarkan atas sifat atau sesuatu yang dapat didefinisikan, diamati, dan atau diobservasi. Agar variabel yang digunakan dapat diukur secara empiris serta menghindarkan dari kesalah pahaman dalam penafsiran makna, maka variabel harus didefinisikan.

Supaya variabel-variabel yang digunakan dapat diukur serta tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran, maka perlu adanya definisi yang jelas mengenai masing-masing variabel tersebut, antara lain sebagai berikut :

- a. Kepuasan Pelanggan
- b. Citra

Suatu keyakinan atau kepercayaan para pelanggan terhadap Bengkel Motor Condong Koar–Koar Di Gedangan Sidoarjo yang dapat mempengaruhi penilaian-penilaian para konsumen untuk menggunakan produk jasa tersebut. Adapun indikator-indikatornya adalah sebagai berikut :

- c. Rintangan berpindah

Adanya suatu hambatan yang diciptakan oleh perusahaan dengan tujuan mempersulit para pelanggan untuk berpindah ke jasa yang lain, sehingga pelanggan tetap menggunakan jasa Bengkel Motor Condong Koar–Koar Di Gedangan Sidoarjo.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2008:115).

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil data populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono,2008:116).

Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan suatu metode statistic umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan variabel independent yang bertujuan untuk meramalkan nilai variabel dependen dengan menggunakan nilai-nilai variabel independent.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk pindah) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R square*) digunakan untuk mengukur jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable tak bebas (*Y*) yaitu variabel loyalitas pelanggan.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi dari model regresi yang digunakan. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} , pada taraf signifikansi (α) = 0,05. Hasil uji F.

Uji parsial antara kepuasan pelanggan dengan variable loyalitas pelanggan

Untuk menguji hipotesis, digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel kepuasan pelanggan dengan variabel loyalitas.

Uji Parsial antara kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan

Untuk menguji hipotesis, digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel kualitas jasa terhadap variable loyalitas pelanggan.

Uji parsial antara rintangan untuk berpindah terhadap loyalitas pelanggan

Untuk menguji hipotesis, digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial variabel rintangan untuk berpindah terhadap variabel loyalitas pelanggan

Pembahasan

Dari hasil analisis uji pengaruh kepuasan pelanggan (X_1), kualitas jasa (X_2), citra (X_3) dan rintangan untuk berpindah (X_4) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Pada Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo, dapat diketahui hasil pembahasan sebagai berikut :

Dilihat dari perolehan persamaan regresi dari model persamaan variabel kepuasan pelanggan (X_1), kualitas jasa (X_2), citra (X_3) dan rintangan untuk berpindah (X_4) terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo, menunjukkan nilai koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya arah positif atau hubungan searah dari variabel kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah. Hal ini dapat diartikan

bahwa jika semakin meningkat variabel kepuasan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah yang dimiliki oleh pelanggan Pada Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo, maka Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo juga akan semakin meningkat.

Seluruh variabel independen atau variabel bebas berpengaruh atau dapat menjelaskan variasi dari variabel terikat (loyalitas pelanggan Pada Bengkel Dan Modifikasi Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo) yaitu sebesar 59,2%. Oleh karena itu masih terdapat kemungkinan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo dengan menambah atau memasukkan variabel bebas lainnya guna penyempurnaan dan pengembangan penelitian atas Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo.

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan “ terbukti kebenarannya. Hal ini terbukti dari hasil $F_{hitung} = 8,872$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,49$, maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas (kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (variabel dependen).

Dilihat dari kondisi saat ini pelanggan yang masih loyal tetap memakai jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo karena mereka sudah merasa nyaman melakukan kegiatan servis dan modifikasi motor. Berbagai jenis layanan yang ditawarkan, harga yang diberikan menjadikan tingkat loyalitas pelanggan semakin tinggi. Kebanyakan pelanggan yang datang ke Bengkel Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo ini adalah para pecinta motor. Pada hasil SPSS dari ke empat variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan hanya variabel citra yang tidak memiliki pengaruh secara parsial karena pada kenyataannya pelanggan yang memakai jasa layanan bengkel motor tidak memperhatikan citra yang ditampilkan oleh Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo. Pelanggan memakai jasa yang ditawarkan oleh Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo berdasarkan kebutuhan mereka, selain itu tidak hanya Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo yang menawarkan jasa servis dan modifikasi mesin motor akan tetapi banyak terdapat bengkel dan modifikasi mesin motor yang menawarkan jasa yang sama akan tetapi berbeda kualitas dan pelayanan dalam satu daerah yang sama. Untuk menyikapi hal tersebut Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo memberikan paket harga yang murah untuk mempertahankan tingkat loyalitas pelanggan. Paket harga yang diberikan selalu berubah dengan melihat situasi dan kondisi pada lingkungan sekitar. Karena kebanyakan pelanggan yang memakai jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil dan pembahasan terhadap perumusan masalah atas faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pengguna jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo pada variabel – variabel penelitian ini terhadap 80 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara simultan (variabel signifikan) variabel kepuasan pelanggan, kualitas jasa, citra, dan rintangan untuk berpindah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada uji F.
2. Secara parsial (variabel simultan) variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) yang diuji melalui uji t, dapat dijabarkan sebagai berikut :
 - a. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pengguna jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo.
 - b. Variabel kualitas jasa berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pengguna jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo.
 - c. Variabel citra tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pengguna jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo dan
 - d. Variabel rintangan untuk berpindah berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pengguna jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo.

Dari keempat variabel bebas dalam penelitian ini, setelah diteliti melalui pengujian hanya ada 3 (tiga) variabel yang berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan pengguna jasa Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo.

Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis terhadap hasil dan pembahasan dari penelitian ini adalah :

1. Sesuai dengan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran bagi Bengkel Motor Condong Koar-Koar Di Gedangan Sidoarjo agar dapat memfokuskan pada bengkel dan modifikasi motor terhadap konsumen dengan peningkatan baik fasilitas, pelayanan.
2. Penelitian ini merupakan referensi bagi peneliti – peneliti selanjutnya dan diharapkan dengan keterbatasan variabel pada penelitian ini, hendaknya peneliti – peneliti selanjutnya yang mengambil topik sama dapat memperbanyak variabel independen (bebas) pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2004. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik**, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Angipora Marius P, 2002. **Dasar-Dasar Pemasaran**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- A Usmara, 2003. **Strategi Baru Manajemen Pemasaran Jasa**, Penerbit Amara Books, Yogyakarta.
- Djarwanto, 2001. **Mengenal Beberapa Uji Statistik dalam Penelitian**, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Ghozali, 2001. **Analisis Multifariat dengan Program SPSS**, Penerbit UNDIP PRES.
- Griffin, Jill, 2005 , **Loyalitas Pelanggan**, Erlangga, Jakarta.
- Gujarat, Damodar. 2000. **Ekonometrika Dasar**. Erlangga, Jakarta .

- Huriyati, Ratih. 2005. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Alfabeta, Bandung.
- Jasfar, 2005, **Manajemen Jasa**, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran Perpektif Asia Buku ke 2**, Andi Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2001. **Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II Edisi ke 8**, Erlangga, Jakarta.
- Mardalis, ahmad, 2005. **Meraih Loyalitas Pelanggan**, http://eprints.ums.ac.id/235/1/BENEFIT_V9_N2_DES_2005.pdf
- Nasution, 2004. **Manajemen Jasa Terpadu**, Penerbit Ghalia, Indonesia.
- Rismiati, Catur. 2001. **Pemasaran Barang dan Jasa**, Penerbit Kanius, Yogyakarta.
- Santoso, Singgih, 2000. **Statistik Non Parametrik**, Penerbit Liberty, Jakarta.
- Sudjana. 2002. **Teknik Analisis Regresi dan Korelasi**, Penerbit Tarsito, Bandung.
- Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Alfa Beta
- Supranto, J, 2001. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**, Edisi Baru, Jakarta
- Tjiptono, Fandy, 2000. **Strategi Pemasaran**, Edisi Revisi, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2002. **Metode Riset Bisnis**. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.