

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI CAFE CINNAMON BUKAN BISTRO

Customer Satisfaction Toward The Service Quality In The Cinnamon Bukan Bistro Cafe

Oleh: Ebit Widianoro, Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta
ebitwidianoro@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di cafe Cinnamon Bukan Bistro. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survei. Populasi penelitian ini yaitu semua konsumen cafe Cinnamon Bukan Bistro yang dapat mencapai 1900-2000 orang perbulan. Ukuran sampel penelitian ditentukan melalui rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% dihasilkan responden sebanyak 95 orang, selanjutnya pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *insidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket. Uji coba instrumen dilakukan pada 30 responden sebelum digunakan untuk penelitian dan seluruh instrumen yang terdiri dari 20 pernyataan dinyatakan valid serta reliabel dengan nilai alpha 0,907 pada kategori kenyataan dan 0,980 pada kategori harapan. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan konsumen yang datang ke cafe Cinnamon Bukan Bistro belum terpenuhi. Nilai total kesesuaian atau perbandingan antara kenyataan dan harapan yaitu sebesar 97,38% yang berarti konsumen belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun respon purna pembelian konsumen menunjukkan hasil yang baik dengan adanya kesediaan konsumen untuk kembali sebesar 94% dan faktor merekomendasikan pada teman atau orang lain sebesar 95% dari total responden yang digunakan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Abstract

The purposes of this study is to determine customer satisfaction toward the service quality in the Cinnamon Bukan Bistro cafe. This study is a descriptive research by survey method. The population of this research was all of the consumers of Cinnamon Bukan Bistro café which could reach up to 1900-2000 people per month. The sample size was determined through the slovin formula with 10% degree of error generated by 95 respondents. The further sampling was employing the incidental sampling technique. The Data were collected using a questionnaire. The trial of the instrumen was conducted on 30 respondents before it is used for research and the rest of the instrument consists of 20 statements declared valid and reliable with an alpha value of 0.907 in the categories of perceived performance and 0.980 in the category of expectation. The data was analyzed using descriptive analysis. The survey results revealed that the customer satisfaction which comes to Cinnamon Bukan Bistro cafe unmet. The total value of conformity or the comparison between perceived performance and expectation in the amount of 97.38%, which means consumers are not satisfied with the services provided. However, the response of consumers purchase after showing good results with their consumers' willingness to return by 94% and willingness to recommend to their friends or others at 95% of the total respondents were used.

Keywords: Customer Satisfaction and Service Quality

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini, masyarakat lebih memilih hal praktis dalam memenuhi kebutuhan hidup seperti halnya makan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya aktivitas sehingga mereka tidak sempat untuk memasak. Selain itu, kebiasaan

nongkrong dan mengerjakan tugas di tempat makan menjadi hal yang lumrah terutama bagi mahasiswa. Berdasarkan kondisi itu, banyak pengusaha tertarik membuka jasa layanan makanan. Oleh karena itu, persaingan bisnis semakin ketat dan sangat kompetitif.

Ketatnya persaingan menyebabkan beberapa usaha tidak mampu bertahan. Sebaliknya ada juga beberapa usaha makanan yang tetap dapat bersaing hingga beberapa tahun bahkan semakin banyak peminat. Salah satunya di Yogyakarta yaitu Cinnamon Bukan Bistro. Cafe ini berdiri di Yogyakarta sejak 2010. Selain cafe ini, pemilik juga membuat usaha kuliner baru yang bernama I Love Pedas.

Adapun yang membedakan cafe Cinnamon dengan cafe lain yaitu harga yang ditawarkan tergolong murah dilihat dari menu dan dibandingkan dengan cafe serupa disekitar. Selain itu, cafe ini juga berani memberikan discount yang besar bahkan gratis pada konsumen yang berani komplain. Pada hari-hari tertentu cafe Cinnamon Bukan Bistro juga dapat memberikan bonus hidangan dengan harga yang tidak murah.

Cafe ini menerapkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan usahanya. Kualitas tersebut terwujud dalam tersedianya sarana dan peralatan yang nyaman (*tangible/ nyata*). Pelayan Cafe Cinnamon Bukan Bistro melayani konsumen dengan ramah dan tepat dalam menyajikan makanan (*reability/ keandalan*). Pelayan selalu memberikan pelayanan yang baik dan cepat serta membantu pelanggan yang membutuhkan (*responsiveness/daya tanggap*). Para pelayan dibekali *product knowledge* dengan baik sehingga mengerti terhadap menu-menu yang ditawarkan oleh cafe (*assurance /jaminan*) dan memahami apa yang diinginkan oleh setiap pelanggan (*emphaty/empati*) (Tjiptono, F., dkk., 2008:68).

Kualitas pelayanan ini berhubungan erat dengan kepuasan konsumen sebab kualitas pelayanan merupakan faktor penentu kepuasan

konsumen. Kualitas pelayanan memberi dorongan pada konsumen menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka (Sasongko, F., dan Subagio, H., 2013:1).

Cafe di jalan Cempaka No 32 Yogyakarta ini sering kali berganti karyawan yang bekerja dengan kurun waktu pendek. Masalah ini dapat mengakibatkan pelayanan yang diberikan tidak berjalan secara maksimal. Sebab kinerja yang diberikan karyawan lain menjadi lambat karena harus memberi arahan pada karyawan baru tersebut. Selain masalah karyawan, cafe ini juga memiliki beberapa pesaing yang dekat. Salah satunya yaitu cafe Gerobak yang berada tepat di depannya serta warung bakso dan cafe kopi disamping kanannya.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas Pelayanan di cafe Cinnamon Bukan Bistro.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif yang menggunakan metode survei. Survei digunakan untuk mengungkapkan data yang ada tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi pada variabel yang diteliti (Sugiyono, 2007:7).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Cafe Cinnamon Bukan Bistro yang terletak di jalan Cempaka No. 32 Yogyakarta yang dimulai sejak bulan November 2015 sampai Maret 2016.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe Cinnamon Bukan Bistro yang mencapai 1900 - 2000 orang dalam sebulan.

Sampel penelitian ini adalah sebagian konsumen Cafe Cinnamon Bukan Bistro saat penelitian dilakukan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin oleh Umar, H. (2004:108) sebagai berikut:

$$s = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan yang dikehendaki

Penelitian ini memiliki populasi (N) sebanyak 2000 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) 10%, maka jumlah sampelnya (s) adalah sebanyak 95 orang.

Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* jenis *Insidental sampling*. Menurut Mulyatiningsih, E. (2013:12) *Insidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel secara kebetulan saja dan dianggap cocok.

Definisi Operasional Variabel

Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan

Kepuasan konsumen ialah perasaan yang timbul setelah konsumen menggunakan suatu barang atau jasa dibandingkan dengan persepsi awal mereka. Salah satu alat ukur kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ialah suatu tindakan yang dilakukan

Kepuasan Konsumen Terhadap (Ebit Widiyanto) 3
oleh produsen agar konsumen merasa bahwa kebutuhannya terpenuhi dengan baik. Pengukuran kualitas pelayanan mengacu pada lima dimensi yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan teknik survei menggunakan alat kuisisioner/angket. Kuisisioner yang digunakan yaitu kuisisioner tertutup. Metode ini berisi sejumlah pertanyaan untuk memperoleh informasi tentang lima dimensi kualitas pelayanan. Penskoran angket ini menggunakan skala *likert* dengan 5 tingkat penilaian mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Pernyataan yang diberikan yaitu sebanyak 20 butir sesuai dengan kisi-kisi yang ditentukan sebelumnya.

Uji Coba Instrumen Uji Validitas

Sunyoto, D. (2011:72) menyatakan bahwa Uji validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan pengujian validitas konstruk.

Sugiyono (2007:348) menyatakan bahwa uji validitas konstruk dapat digunakan pendapat para ahli (*judgment expert*). Setelah itu diteruskan uji coba instrumen pada sampel sebanyak 30 orang. Analisis yang digunakan menguji tingkat validitas instrumen yaitu menggunakan teknik korelasi product moment dari pearson. Rumus teknik korelasi product moment yaitu sebagai berikut:

$$r_i = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_i = r hitung (validitas instrument yang dicari)

n = Banyaknya responden

$\sum X$ = Jumlah nilai pertanyaan mendatar

$\sum X$ = Jumlah nilai pertanyaan menurun

(Sugiyono, 2007:356)

Berdasarkan hasil uji Validitas menunjukkan semua instrumen dinyatakan valid dengan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dengan taraf kesalahan 5% (0,361).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Sunyoto, D. (2011:67) yaitu alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban dari pertanyaan itu konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas instrument yang dicari

k = Banyaknya butir pertanyaan/soal

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians butir

s_t^2 = Varians total

(Sugiyono, 2007:365)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap kategori sudah reliabel atau konsisten yaitu menghasilkan nilai *cronbach's alpha* untuk kategori kenyataan

sebesar 0,907 dan kategori harapan sebesar 0,980 lebih besar dari nilai r table.

Teknik Analisis Data

Data kepuasan konsumen dianalisis menggunakan tingkat kesesuaian antara kualitas pelayanan kenyataan dengan harapan. Rumus tingkat kesesuaian yaitu sebagai berikut:

$$Tk = \frac{\sum X}{\sum Y} \times 100\%$$

Keterangan:

Tk = Tingkat kesesuaian pelanggan

$\sum X$ = Jumlah skor penilaian kenyataan kualitas pelayanan

$\sum Y$ = Jumlah skor penilaian harapan kualitas pelayanan

(Supranto, J., 2001:241)

Kepuasan tercapai bila nilai kinerja atau kenyataan (X) lebih besar dari nilai harapan (Y) sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

≥ 100 (X > Y) = Konsumen merasa puas

< 100 (X < Y) = Konsumen merasa tidak puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Data jenis kelamin responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	21	22
Perempuan	74	78
Total	95	100

Sumber: data yang diolah

Tabel 1 menunjukkan jumlah responden perempuan memiliki persentase sebesar 78% (74 orang) dan responden laki-laki sebesar 22% (21 orang). Artinya konsumen Cinnamon mayoritas perempuan.

Profesi/Pekerjaan

Data profesi atau pekerjaan responden disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Profesi/Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Negeri	3	3
Wiraswasta	11	12
Pegawai/Karyawan	9	9
Mahasiswa/Pelajar	70	74
Lainnya	2	2
Total	95	100

Sumber: data yang diolah

Tabel 2 menunjukkan profesi pegawai negeri memiliki persentase sebesar 3% (3 orang) dan profesi pegawai swasta atau wiraswasta sebesar 12% (11 orang) serta profesi pegawai atau karyawan yaitu sebesar 9% (9 orang). Mahasiswa atau pelajar sebesar 74% (70 orang) dan profesi lainnya sebesar 2% (2 orang). Artinya konsumen cafe Cinnamon Bukan Bistro mayoritas seorang mahasiswa.

Informasi Cafe

Data tentang informasi awal responden mengetahui cafe disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Informasi Cafe

Informan	Frekuensi	Persentase (%)
Teman	45	47
Sosial Media	21	22
Kebetulan	19	20
Lainnya	10	11
Total	95	100

Sumber: data yang diolah

Tabel 3 menunjukkan informasi dari teman memiliki persentase sebesar 47% (45 orang) dan

dari sosial media sebesar 22% (21 orang). Informasi secara kebetulan memiliki persentase sebesar 20% (19 orang) dan lainnya sebesar 11 % (10 orang). Artinya rekomendasi teman menjadi informasi terbanyak responden.

Kunjungan dalam Satu Bulan Terakhir

Data Kunjungan responden dalam waktu satu bulan terakhir disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Kunjungan ke Cafe dalam Satu Bulan

Banyaknya	Frekuensi	Persentase (%)
1 kali	52	55
2 kali	11	12
3 kali	8	8
>3 kali	24	25
Total	95	100

Sumber: data yang diolah

Tabel 4 menunjukkan kunjungan responden sebanyak satu kali memiliki persentase sebesar 55% (52 orang) dan berkunjung dua kali sebesar 12% (11 orang). Kunjungan ketiga kali hanya sebesar 8% (8 orang) dan yang lebih dari tiga kali sebesar 25 % (24 orang). Artinya kebanyakan responden atau konsumen yang datang baru dan mungkin masih mencoba.

Data Kuisisioner

Data penelitian kualitas pelayanan tersaji dalam tabel berikut.

Tabel 5. Rangkuman Nilai Kualitas Pelayanan

	Penilaian Kenyataan	Penilaian Harapan	rata-rata Kenyataan	rata-rata Harapan
\bar{X}	365,15	374,85	3,84	3,95

Sumber: data yang diolah

Tabel 5 menunjukkan rerata total kualitas pelayanan pada kenyataan sebesar 3,84. Nilai rerata total dari harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan sebesar 3,95.

Penilaian kemudian dilanjutkan pada pengukuran kepuasan konsumen. Pengukuran ini menggunakan tingkat kesesuaian antara nilai kenyataan dengan nilai harapan dari kualitas pelayanan. Tingkat kesesuaian tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6. Tingkat Kesesuaian Kenyataan dan Harapan

Indikator	Nilai Kenyataan	Nilai Harapan	Tingkat Kesesuaian (%)
Waktu Operasional	379	379	100,00
Kesesuaian Pesanan	393	389	101,03
Kesesuaian Harga	389	383	101,57
Kecepatan Pemesanan	349	376	92,82
Respon pada Konsumen	388	378	102,65
Respon terhadap komplain	346	368	94,02
Proses Clear Up	386	378	102,12
Kesediaan Membantu	329	360	91,39
<i>Food Knowledge</i>	357	372	95,97
Kualitas Produk	352	375	93,87
Keamanan	366	375	97,60
Kesopanan Karyawan	393	381	103,15
Memahami Kebutuhan Konsumen	366	372	98,39
Komunikasi pada Konsumen	356	365	97,53
Penanganan Keluhan	339	354	95,76
Pelayanan Pada Status Konsumen	367	373	98,39
Penampilan Karyawan	379	382	99,21
Kondisi Lingkungan	363	383	94,78
Desain Interior	352	376	93,62
Fungsi Peralatan	354	378	93,65
\bar{X}	365,15	374,85	97,38

Sumber: data yang diolah

Tabel 6 menunjukkan tingkat kesesuaian tertinggi pada pernyataan “kesopanan pelayanan” dengan persentase sebesar 103,15%. Diikuti “respon pada konsumen” yaitu sebesar 102,65% dan “Proses *Clear Up*” sebesar 102,12%. Tingkat kesesuaian terendah ada pada “kesediaan membantu” sebesar 91,39%. Diikuti “kecepatan pemesanan” sebesar 92,82% dan “Desain interior” sebesar 93,62%.

Persentase keseluruhan dari tingkat kesesuaian antara kenyataan dan harapan yaitu sebesar 97,38% belum mencapai 100%. Artinya Konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Pembahasan Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Cafe Cinnamon Bukan Bistro

Hasil analisis data menunjukkan tingkat kesesuaian tertinggi terdapat pada pernyataan “kesopanan pelayanan”. Persentase ini melebihi 100% sehingga dapat dikatakan konsumen sangat puas. Aspek tersebut juga mendapatkan nilai yang tinggi dalam penilaian kualitas pelayanan secara kenyataan. Hal tersebut berarti perusahaan sudah memahami kesopanan karyawan terhadap konsumen memang perlu dilakukan dengan baik.

Aspek dengan tingkat kesesuaian sama dengan atau melebihi 100% dapat dikatakan baik. Oleh karena itu, sebaiknya aspek ini dijaga agar dapat berjalan dengan baik dan menjadi pacuan untuk aspek-aspek lain.

Tingkat kesesuaian terendah yaitu pada pernyataan “kesediaan membantu” sebesar 91,39%. Kesediaan Membantu ini lebih mengacu pada membantu dalam pemilihan menu. Persentase tersebut menunjukkan konsumen belum puas. Pernyataan dengan tingkat terendah

ini sejalan dengan hasil dari uji kenyataan. Persentase ini diperkirakan karena karyawan tidak memberikan alternatif menu pada konsumen. Padahal hal tersebut dirasa sangat dibutuhkan oleh konsumen. Aspek ini dianggap penting sebab mayoritas (55%) konsumen yang datang merupakan konsumen baru atau pertama kali sehingga mereka belum mengerti tentang menu yang ditawarkan.

Persentase keseluruhan yaitu sebesar 97,38% hampir 100%, dapat dikatakan konsumen masih kurang puas. Oleh karena itu perlu peningkatan pelayanan agar kepuasan konsumen dapat diperoleh terutama pada kriteria yang mendapat nilai rendah. Nilai tersebut dapat ditingkatkan sehingga setiap aspek dapat berjalan sejajar dan menjadikan konsumen semakin puas.

Walaupun nilai tersebut belum mencapai seratus persen tetapi sudah ada beberapa aspek yang menunjukkan nilai seratus persen bahkan lebih. Hal itu menunjukkan masih ada kepuasan konsumen yang tercapai bahkan melebihi dari harapan. Artinya konsumen yang datang sudah merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan. Tingkat kesesuaian yang belum maksimal menunjukkan bahwa taraf kesalahan 5% memberikan ruang toleransi terhadap hasil diterimanya kepuasan konsumen dari kualitas pelayanan. Hasil tersebut juga sesuai dengan teori *Assimilation-contrast* oleh Anderson yang dikemukakan Tjiptono, F., Chandra, G. & Adriana, D. (2008:49) bahwa konsumen mungkin menerima penyimpangan dari ekspektasinya dalam batas tertentu (*zone of acceptance*). Apabila produk atau jasa yang dibeli dan dikonsumsi tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan konsumen, maka kinerja dari produk

atau jasa tersebut akan diasimilasi atau diterima. Kemudian produk atau jasa yang bersangkutan akan dievaluasi secara positif atau dinilai memuaskan.

Selain itu, penilaian kepuasan konsumen juga diikuti oleh penilaian terhadap aktifitas purna pembelian. Dari pertanyaan tambahan dalam kuisioner survei yang telah dilakukan, aktifitas purna transaksi menunjukkan hasil yang baik. Sebanyak 94% responden bersedia kembali lagi melakukan pembelian. Selain itu, 95% responden juga bersedia merekomendasikan cafe kepada teman atau orang lain.

Data tersebut menunjukkan konsumen masih merasa cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mereka bersedia datang kembali dan merekomendasikan cafe. Kesiediaan merekomendasikan cafe pada orang lain dapat menjadi bentuk pemasaran yang efektif untuk mempromosikan cafe kepada masyarakat luas. Terbukti kebanyakan konsumen yang datang, menurut data karakteristik konsumen, mayoritas (47%) mendapat informasi awal dari teman yang pernah datang sebelumnya. Dengan demikian aktifitas purna pembelian konsumen Cinnamon Bukan Bistro memiliki nilai yang baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Kepuasan Konsumen ke cafe Cinnamon Bukan Bistro memiliki nilai total kesesuaian sebesar 97,38%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang datang kurang puas

dengan pelayanan yang diberikan. Walaupun nilai ini belum mencapai 100%, tetapi ada beberapa pernyataan yang telah mendapat nilai 100% bahkan lebih. Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan terutama pada aspek kesopanan pelayan. Selain itu, respon purna pembelian konsumen juga menunjukkan hasil yang baik dengan adanya kesediaan konsumen untuk kembali sebesar 94% dan kesediaan merekomendasikan sebesar 95% dari total responden yang digunakan.

Saran

Saran yang dapat disampaikan kepada Cafe Cinnamon Bukan Bistro yaitu untuk tetap mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik seperti kesopanan pelayan. Aspek yang mendapat nilai rendah seperti kesediaan pelayan dalam membantu pemilihan menu agar lebih ditingkatkan lagi. Selain itu, diharapkan melakukan survei secara berkala untuk mengetahui perubahan kualitas pelayanan yang diberikan atau dengan mengadakan kotak saran yang mudah dijangkau oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyatiningsih, E. (2013). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sasongko, F., dan Subagio, H. (2013). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 1(2). Hlm. 1-7.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.

- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F., Chandra, G. & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Umar, H. (2004). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

