

PENGARUH LIMA DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KOPERASI SUSU WARGA MULYA PURWOBINANGUN PAKEM

THE EFFECTS OF FIVE DIMENSIONS OF SERVICE QUALITY ON THE SATISFACTION OF MEMBERS OF WARGA MULYA MILK COOPERATIVE OF PURWOBINANGUN PAKEM SLEMAN

Oleh:

donny syahbana

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta

dondong_banana@yahoo.com

Pembimbing: Tejo Nurseto, S.Pd., M.Pd.

Abstrak

Tujuan penelitian mengetahui pengaruh: (1) keandalan terhadap kepuasan anggota, (2) daya tanggap terhadap kepuasan anggota, (3) jaminan terhadap kepuasan anggota, (4) empati terhadap kepuasan anggota, (5) bukti fisik terhadap kepuasan anggota (6) keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup dengan alternatif skala likert. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh positif signifikan keandalan terhadap kepuasan, t hitung 3,959, signifikansi 0,000, (2) tidak terdapat pengaruh positif signifikan daya tanggap terhadap kepuasan, t hitung -1,545, signifikansi 0,126, (3) terdapat pengaruh positif signifikan jaminan terhadap kepuasan, t hitung 2,019, signifikansi, (4) tidak terdapat pengaruh positif signifikan empati terhadap kepuasan, t hitung 0,012, signifikansi 0,991, (5) terdapat pengaruh positif signifikan bukti fisik terhadap kepuasan, t hitung 2,416, signifikansi 0,018, (6) terdapat pengaruh positif signifikan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap kepuasan, signifikansi 0,000, koefisien determinasi (R^2) 0,468.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Anggota

Abstract

This study aims to investigate: (1) the effect of reliability on members' satisfaction, (2) the effect of responsiveness on members' satisfaction, (3) the effect of assurance on members' satisfaction, (4) the effect of empathy on members' satisfaction, (5) the effect of tangibles on members' satisfaction, and (6) the effects of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles on members' satisfaction. This was a quantitative study. The research setting was Warga Mulya Milk Cooperative of Purwobinangun, Pakem, Sleman. The research population comprised 1.290 members. The research sample was selected using Yamane equation, resulting in 92.81 rounded to 100. The data collecting technique was a closed questionnaire with answer alternatives using the Likert Scale. The analysis technique was multiple linear regression analysis using F-test and t-test. The results of the study are as follows. (1) There is a significant positive effect of the reliability dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=3.959 > t_{table}=1.985$ and a significance of $0.000 < 0.05$. (2) There is no significant positive effect of the responsiveness dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=-1.545 < t_{table}=1.985$ and a significance of $0.126 > 0.005$. (3) There is a significant positive effect of the assurance dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=2.019 > t_{table}=1.985$ and a significance of $0.046 < 0.05$. (4) There is no significant positive effect of the empathy dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}=0.012 < t_{table}=1.985$ and a significance of $0.991 > 0.005$. (5) There is a significant positive effect of the tangibles dimension on the cooperative members' satisfaction, with $t_{observed}= 2.416 > t_{table}=1.985$ and a significance of $0.018 < 0.05$. (6) There is a significant positive effect of the reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles dimensions on the cooperative members' satisfaction, with a significance of $0.000 < 0.05$, a coefficient of determination (R^2) of 0.468 or 46.8%.

Keywords: Service Quality, Members' Satisfaction

PENDAHULUAN

Koperasi adalah badan usaha yang bertujuan untuk menyejahterakan anggota dan masyarakat. Keanggotaan koperasi Indonesia bersifat sukarela dan didasarkan atas kepentingan bersama sebagai pelaku ekonomi. Melalui koperasi, para anggota ikut secara aktif memperbaiki kehidupannya dan kehidupan masyarakat melalui karya dan jasa yang disumbangkan. Dalam usahanya, koperasi akan lebih menekankan pada pelayanan terhadap kepentingan anggota, baik sebagai produsen maupun konsumen.

Anggota dalam koperasi bertindak sebagai pemilik sekaligus pelanggan (SAK, 1996: 27). Pendapat tersebut senada dengan pendapat Jochen Ropke (1985) bahwa koperasi merupakan organisasi yang anggotanya sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan koperasi adalah anggota koperasi dan koperasi dituntut memberikan pelayanan yang berkualitas serta memiliki kinerja yang efektif dan efisien dengan tujuan menyejahterakan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan kualitas pelayanan koperasi. Koperasi harus mampu memberi alternatif rasional bagi anggota melalui berbagai kebijakan insentif usaha maupun perbaikan dalam teknis pelayanan pelanggan (Adhitya Wardono, 2001). Selain itu, dalam pemasaran tradisional bertumpu hanya pada kepuasan pelanggan, namun sekarang pelanggan menuntut pelayanan dan kualitas yang lebih (Adhitya Wardono,

2001). Menurut Philip Kotler (2000: 49) Semakin tinggi kualitas, maka makin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya bila semakin rendah tingkat kualitas maka makin rendah kepuasan pelanggan.

Menurut Sagimun dan Purwanti (1999: 5) pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan anggotanya baik pemenuhan material maupun spiritual. Kotler (1998: 83) merumuskan pelayanan sebagai tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain secara prinsip *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut Olsen dan Wyekof dalam Yammit (2001: 22) kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara harapan pemakai jasa dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Dengan kata lain, ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan karyawan. Syafrizal dalam jurnal kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan (2008), kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara excellent atau superior pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan yang terjadi relatif kecil atau masih dalam batas toleransi. Menurut parasuraman (1998) dalam Lupiyoadi (2001: 148) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu; 1) keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan organisasi untuk memberi pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, 2) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat

dan tepat kepada pelanggan, serta penyampaian informasi yang jelas, 3) jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan perusahaan, 4) empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen, 5) bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu organisasi dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Pada kenyataannya harga beli susu terlalu rendah untuk menutup biaya produksi susu (*reliability*). Koperasi kurang cepat dalam memenuhi harapan anggota seperti penyaluran pakan ternak bantuan (*responsivenes*). Transparansi unit administrasi dianggap kurang oleh anggota sehingga menimbulkan anggapan bahwa unit administrasi kurang jujur (*assurance*). Konsumen yang berada jauh dari koperasi tidak terakomidir sehingga tidak mendapat perhatian secara khusus (*emphaty*). Banyak anggota koperasi yang berdomisili jauh dari lokasi koperasi (*tangible*).

Menurut Budiarto dan Dolly (2001: 12-17) ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yaitu, pelanggan sangat puas, pelanggan puas, dan pelanggan tidak puas. Pelanggan sangat puas jika layanan yang diterima lebih dari layanan yang diharapkan, pelanggan puas jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan, pelanggan tidak puas jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan. Menurut Rangkuti (2006: 45) kepuasan nasabah (anggota) merupakan respon nasabah (anggota) terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan

sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan anggota akan meningkatkan loyalitas anggota karena anggota merasa untung jika tetap beraktivitas dengan koperasi. Koperasi Susu Warga Mulya merupakan koperasi yang cukup besar karena mempunyai anggota sebanyak 1.290 anggota. Namun hanya sekitar 272 anggota yang aktif dan sisanya sebanyak 1.016 tidak aktif.

Dari latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, kepuasan anggota sangat penting bagi koperasi karena akan meningkatkan kinerja koperasi dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam memajukan kinerja koperasi guna menyejahterakan anggota koperasi. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan koperasi terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun, Pakem, Sleman.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka ataupun data kualitatif yang diangkakan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian di PD BPR Bank Bantul, dengan alamat JL. Gajah Mada No. 3 Bantul, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Juni-10 Juli 2015.

Target/Subjek Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota Koperasi Susu Warga Mulya yang berjumlah 1.290 orang yang terdiri dari 272 anggota aktif dan 1.016 anggota pasif. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu responden dipilih atas dasar availabilitasnya.

Prosedur

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer. Penelitian ini mengangankan data primer yang diperoleh dari responden, lalu diolah sedemikian rupa sehingga bisa dilihat bagaimana pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner. Data diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Selanjutnya data yang diperoleh diolah sehingga memberikan informasi tertentu kepada peneliti. Untuk alternatif jawaban responden pada kuesioner menggunakan skala *likert* yang mempunyai gradasi skor dari 1-5.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji coba instrumen, uji prasyarat analisis sebagai syarat analisis regresi linear berganda, kemudian analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi susu warga mulya baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan bantuan *SPSS*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah diolah, maka diperoleh kecenderungan sebagai berikut:

1. Keandalan

Kategori	Skor	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 40$	32 %
Tinggi	$33,33 < X \leq 40$	53 %
Sedang	$26,67 < X \leq 40$	9 %
Rendah	$20 < X \leq 26,67$	4 %
Sangat Rendah	$X \leq 20$	2 %
Total		100 %

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan variabel keandalan. Kategorisasi variabel keandalan dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 12% (12 responden), tinggi sebanyak 53% (53

responden), sedang sebanyak 9% (9 responden), rendah sebanyak 4% (4 responden) dan sangat rendah sebanyak 2% (2 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel keandalan pada kategori tinggi sebanyak 53% (53 responden).

2. Daya Tanggap

Kategori	Skor	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 28$	44 %
Tinggi	$23,33 < X \leq 28$	33 %
Sedang	$18,67 < X \leq 23,33$	16 %
Rendah	$14 < X \leq 18,67$	6 %
Sangat Rendah	$X \leq 14$	1 %
Total		100 %

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan variabel daya tanggap. Kategorisasi variabel daya tanggap dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 44% (44 responden), tinggi sebanyak 33% (33 responden), sedang sebanyak 16% (16 responden), rendah sebanyak 6% (6 responden) dan sangat rendah sebanyak 1% (1 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel daya tanggap pada kategori sangat tinggi sebanyak 44% (44 responden).

3. Jaminan

Kategori	Skor	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 32$	32 %
Tinggi	$26,67 < X \leq 32$	50 %
Sedang	$21,33 < X \leq 26,67$	14 %
Rendah	$16 < X \leq 21,33$	3 %
Sangat Rendah	$X \leq 16$	1 %
Total		100 %

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan variabel jaminan. Kategorisasi variabel jaminan dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 32% (32 responden), tinggi sebanyak 50% (50 responden), sedang sebanyak 14% (14 responden), rendah sebanyak 3% (3 responden) dan sangat rendah sebanyak 1% (1 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel

jaminan pada kategori tinggi sebanyak 50% (50 responden).

4. Empati

Kategori	Skor	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 32$	29 %
Tinggi	$26,67 < X \leq 32$	57 %
Sedang	$21,33 < X \leq 26,67$	10 %
Rendah	$16 < X \leq 21,33$	2 %
Sangat Rendah	$X \leq 16$	2 %
Total		100 %

Tabel menunjukkan kecenderungan variabel empati. Kategorisasi variabel empati dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 29% (29 responden), tinggi sebanyak 57% (57 responden), sedang sebanyak 10% (10 responden), rendah sebanyak 2% (2 responden) dan sangat rendah sebanyak 2% (2 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel empati pada kategori tinggi sebanyak 57% (57 responden).

5. Bukti Fisik

Kategori	Skor	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 24$	41 %
Tinggi	$20 < X \leq 24$	42 %
Sedang	$16 < X \leq 20$	15 %
Rendah	$12 < X \leq 16$	1 %
Sangat Rendah	$X \leq 12$	1 %
Total		100 %

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan variabel bukti fisik. Kategorisasi variabel bukti fisik dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 41% (41 responden), tinggi sebanyak 42% (42 responden), sedang sebanyak 15% (15 responden), rendah sebanyak 1% (1 responden) dan sangat rendah sebanyak 1% (1 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel daya tanggap pada kategori sangat tinggi sebanyak 42% (42 responden).

6. Kepuasan

Kategori	Skor	Frekuensi (%)
Sangat Tinggi	$X > 44$	11 %
Tinggi	$36,67 < X \leq 44$	57 %
Sedang	$29,33 < X \leq 36,67$	25 %
Rendah	$22 < X \leq 29,33$	5 %
Sangat Rendah	$X \leq 22$	2 %
Total		100 %

Tabel di atas menunjukkan kecenderungan variabel kepuasan. Kategorisasi variabel kepuasan dibagi menjadi 5 kelompok diantaranya adalah sangat tinggi sebanyak 11% (11 responden), tinggi sebanyak 57% (57 responden), sedang sebanyak 25% (25 responden), rendah sebanyak 5% (5 responden) dan sangat rendah sebanyak 2% (2 responden). Jadi dapat disimpulkan kecenderungan variabel kepuasan pada kategori tinggi sebanyak 57% (57 responden).

Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan dapat menunjukkan bahwa angka koefisien R sebesar 0,684 dan R^2 sebesar 0,468. Nilai R menunjukkan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan Koperasi Susu Warga Mulya secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya. Nilai R^2 sebesar 0,468 menunjukkan bahwa variansi dalam kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh lima dimensi kualitas pelayanan sebesar 46,8% melalui model, sedangkan sisanya (53,2%) berasal dari variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model ini.

Berdasarkan perhitungan secara parsial pengaruh keandalan terhadap kepuasan, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,461, taraf signifikansi 0,000, t hitung 3,959, dan t tabel 1,985. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan diperoleh koefisien regresi sebesar -0,205, taraf signifikansi 0,126, t hitung -1,545, dan t tabel 1,985. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,217, signifikansi 0,046, t hitung 2,019, dan t tabel 1,985. Pengaruh empati terhadap kepuasan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,002, signifikansi 0,991, t hitung 0,012, t tabel 1,985. Pengaruh bukti fisik terdapat

koefisien regresi sebesar 0,442, signifikansi 0,018, t hitung 2,416, t tabel 1,985.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi keandalan terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $3,959 > t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b1) sebesar 0,461 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi daya tanggap terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $-1,545 < t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b2) sebesar -0,205 dan nilai signifikansi sebesar $0,126 > 0,05$.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi jaminan terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $2,019 > t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b3) sebesar 0,217 dan nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$.
4. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi empati terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $0,012 < t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b4) sebesar 0,002 dan nilai signifikansi sebesar $0,991 > 0,05$.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi bukti fisik terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $2,416 > t$ tabel 1,985, koefisien regresi (b5) sebesar 0,442 dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan status lima dimensi kualitas pelayanan menurut parasuraman *et al.*, yaitu; keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota Koperasi Susu Warga Mulya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 16,538 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,468 atau

46,8%. Nilai R^2 tersebut menunjukkan 46,8% dari kepuasan anggota dapat dijelaskan oleh variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, sedangkan sisanya sebesar 53,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Meningkatkan harga beli susu koperasi dari anggota agar keuntungan yang di peroleh anggota meningkat dengan cara memperluas pemasaran dan sosialisasi produk koperasi di pasar tradisional dan modern.
2. Dalam dimensi daya tanggap, terdapat instrumen berupa kecepatan koperasi dalam memenuhi kebutuhan anggota. Namun penyaluran pakan ternak bantuan tidak dilakukan dengan cepat padahal pakan ternak bantuan tersebut sangat dibutuhkan oleh anggota. Oleh sebab itu, koperasi disarankan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan anggota koperasi dengan mempercepat pendistribusian pakan ternak bantuan.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan dimensi jaminan yaitu meningkatkan kesopanan, pengetahuan, ketrampilan, dan kejujuran karyawan untuk meningkatkan kepuasan anggota karena terbukti dimensi jaminan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan.
4. Instrumen dari empati antara lain adalah karyawan mau mengenal setiap anggota, karyawan menjalin komunikasi yang baik dengan anggota, karyawan sabar dalam menjelaskan saran untuk anggota adalah kegiatan yang memerlukan pertemuan langsung antara karyawan dan anggota. Di lain pihak, ada anggota yang jarang pergi ke koperasi karena interaksi dengan koperasi sebatas menyeter susu ke *milk collection point*. Sehingga koperasi disarankan untuk meningkatkan strategi dengan mengirimkan tim khusus yang bertugas untuk mengunjungi kelompok anggota secara berkala guna menampung aspirasi anggota karena dimensi

empati memerlukan interaksi langsung dengan anggota.

5. Meningkatkan kualitas pelayanan dimensi bukti fisik yaitu meningkatkan daya tarik fasilitas fisik koperasi, fasilitas yang mendukung kinerja usaha, dan penampilan karyawan agar kepuasan anggota meningkat karena terbukti kualitas pelayanan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan.
6. Meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik agar anggota loyal terhadap koperasi, melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, dan koperasi menjadi pertimbangan utama ketika akan melakukan usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 1996. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*

Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat: Depok

- Purwanti. 1999. *Pelayanan Dalam Jasa*. Bandung: Angkasa.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ropke, Jochen. 1985. *The Economic Theory of Cooperative (terjemahan)*. Jakarta.
- Subroto, Budiarto, dan Dolly S. N. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (studi kasus di perusahaan penerbangan 'x')*. Jakarta
- Syafrizal. 2008. *Jurnal Kualitas Pelayanan Dalam Kepuasan Pelanggan*. <http://jurnal-sdm.blogspot.com>
- Wardhono, Adhitya. 2001. *The Urgency of Cooperative Aoutonomy*. UNEJ: Jember.
- Zulian, Yamit. 2001. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia.