

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN JASA PADA PT. ADIRA
DINAMIKA MULTI FINANCE CABANG PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh:

SESRI GUSMAINI

NIM. 14134086/2014

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN BAURAN PEMASARAN JASA PADA PT. ADIRA DINAMIKA
MULTI FINANCE CABANG PADANG

NAMA : Sesri Gusmaini
NIM/BP : 14134086/2014
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2018

Diketahui Oleh :

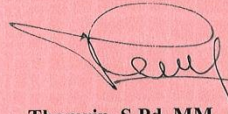
Koordinator Program Studi
DIII Manajemen Perdagangan



Firman, S.E, M.Sc
NIP. 19800206 200312 1 004

Disetujui Oleh:

Pembimbing Tugas Akhir



Thamrin, S.Pd, MM
NIP. 19750816 200501 1 003

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

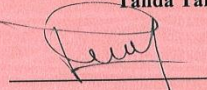
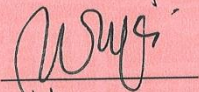
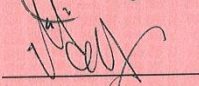
TINJUAN BAURAN PEMASARAN JASA PADA PT. ADIRA DINAMIKA
MULTI FINANCE CABANG PADANG

Nama : Sesri Gusmaini
NIM/BP : 14134086 /2014
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Penguji Tugas Akhir Program
Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri padang

Padang, Agustus 2018

Tim Penguji :

Nama		Tanda Tangan
1. Thamrin, S.Pd, MM	(Ketua)	
2. Whyosi Septrizola, S.E, MM	(Anggota)	
3. Mega Azri Zona, S.E, M.Sc	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sesri Gusmaini
NIM : 14134086
Tempat / Tanggal Lahir : Padang / 21 Agustus 1993
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Keahlian : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jln. Taruko 1
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Pemasaran Jasa Pada PT. Adira
Dinamika Multi Finance Cabang Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya Tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 30 Agustus 2018

Yang menyatakan,



SESRI GUSMAINI
NIM. 14134086

ABSTRAK

Sesri Gusmaini (14134086:2014) : Tinjauan Bauran Pemasaran Jasa pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang.

Pembimbing : Thamrin, S.Pd, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan Bauran Pemasaran jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang untuk menghadapi pesaing. Penelitian ini menggunakan satu variabel, yaitu bauran pemasaran (marketing mix). Variabel dalam penelitian ini diuraikan menjadi delapan unsur, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), Lokasi/distribusi (*place*), sumber daya manusia (*People*), Proses (*process*), dan pelayanan (*customer service*). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif, yaitu menjelaskan dan mengembangkan berbagai hal yang menyangkut dengan bauran pemasaran di PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang.

Hasil penelitian bahwa PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang sudah menggunakan tujuh unsur bauran pemasaran.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kehadirat Allah Azza Wa jalla atas rahmat, ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul **“Tinjauan Bauran Pemasaran Jasa pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang”** Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Thamrin, S.Pd, MM. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir dan yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Muthia Roza Linda, S.E, MM selaku pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal perkuliahan sampai akhir menyelesaikan tugas akhir.
3. Ibu Whyosi Septrizola, S.E, MM. dan Ibu Mega Azri Zona, S.E.,M.Sc. selaku penguji I dan penguji II.
4. Bapak Firman SE, M.Sc sebagai Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan, dan staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kebutuhan dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak dan ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Diploma III, serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.

6. Staf administrasi Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
7. Bapak dan ibu staf perpustakaan pusat Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis banyak kemudahan dalam memperoleh bahan bacaan.
8. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis kuliah di Universitas Negeri Padang.
9. Ibuk Rehan Safitri selaku supervisor administrasi PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang yang telah memberikan izin penelitian kepada peneliti dan sudah sedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
10. Teman-teman Prodi Diploma III angkatan 2015 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.

Semoga Allah Azza Wajalla memberikan imbalan yang setimpal untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti berupa pahala dan kemuliaan di sisi-Nya. Peneliti sangat menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi perbaikan untuk penulisan di masa yang akan datang. Penulis sangat berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang Manajemen Pemasaran Jasa. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumus Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Bauran pemasaran Jasa	6
B. Unsur- Unsur Bauran Pemasaran Jasa	7
C. Definisi Leasing	19
D. Unsur-Unsur Jasa leasing	20
E. Leasing segi jaminan	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian	23
B. Lokasi dan waktu penelitian	23
C. Rancangan penelitian	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambar umum Objek Penelitian	27
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	40
1. Penelitian	40
a. Produk (<i>Product</i>)	41
b. Harga (<i>Price</i>)	41
c. Promosi (<i>Promotion</i>)	42
d. Lokas/Distribusi (<i>Place</i>)	42

e. Sumber Daya Manusia (<i>People</i>)	43
f. Proses(<i>Process</i>)	44
g. Bukti Fisik (<i>Physcal Evident</i>)	45
2. Pembahasan	45
a. Produk (<i>Product</i>)	46
b. Harga (<i>Price</i>)	52
c. Promosi (<i>Promotion</i>)	53
d. Lokasi/Distribusi (<i>Place</i>)	56
e. Sumber Daya Manusia (<i>People</i>)	57
f. Proses(<i>process</i>)	58
g. Bukti Fisik (<i>Physcal Evident</i>)	59

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perusahaan Pesaing PT. Adira Dinamika Multi Finance

Cabang Padang

3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang	31
Gambar 4.2 Logo PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang	38
Gambar 4.3 Brosur PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Wawancara

Lampiran 2: Surat Penelitian Tugas Akhir

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang semakin modern seperti saat sekarang ini, berbagai lembaga keuangan telah hadir untuk memudahkan perencanaan finansial konsumen. Salah satu lembaga yang perlu diketahui adalah lembaga pembiayaan bagi konsumen yang ingin membeli barang secara kredit maupun tunai

Perusahaan atau lembaga pembiayaan adalah badan usaha di luar bank atau lembaga keuangan bukan bank lainnya, yang memberikan fasilitas pinjaman kepada nasabahnya untuk suatu keperluan. Pada umumnya, lembaga keuangan seperti bank akan memberikan dana cair kepada calon debiturnya.

Lain halnya dengan perusahaan pembiayaan. Ketika mengajukan kredit ke lembaga ini, konsumen tidak akan mendapatkan dana cair, melainkan persetujuan perusahaan untuk membiayai kredit barang. Jadi, dana tunai dibayarkan perusahaan pembiayaan kepada pihak ketiga, ke tempat konsumen melakukan transaksi pembelian.

PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang merupakan perusahaan yang bergerak di dalam bidang leasing dan pembiayaan. Sebagai salah satu perusahaan leasing di padang tentunya PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang memiliki berbagai jenis produk yang disediakan khususnya daerah Sumatera Barat.

Adapun produk yang ditawarkan oleh PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang adalah produk motor. Kendaraan bermotor kini bukan lagi menjadi barang mewah yang dibeli berdasarkan keinginan. Kendaraan bermotor ini sudah menjadi kebutuhan konsumen untuk mengatasi sulitnya akses transportasi di kota-kota yang padat penduduk. Meskipun kerap dibutuhkan dan diperlukan, harga kendaraan bermotor masih terbilang tinggi, sehingga sulit didapati oleh konsumen dengan pembayaran secara tunai.

Oleh karena itu, PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang melakukan pembiayaan pemberian kredit motor kepada konsumen. Tidak hanya itu PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang juga memberikan kredit elektronik atau Furniture hal ini dikarenakan jumlah rumah tangga yang ada di Indonesia melimpah dan membutuhkan pelayanan keuangan yang dapat memberikan kemudahan untuk membeli barang-barang kebutuhan konsumen dengan cara dicicil atau dikredit.

Dalam menghadapi pesaing, perusahaan perlu memiliki strategi bauran pemasaran untuk meraih hati konsumennya dan berupaya mempertahankan konsumen yang sudah ada dan mengetahui siapa sebenarnya yang menjadi konsumen potensial mereka. Perusahaan leasing sejenis di kota Padang sudah relatif banyak, sebagaimana yang telah tertera dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Perusahaan Leasing Pesaing yang ada di Kota Padang

NO	Nama Perusahaan	Alamat	Telepon
1	PT. Cimb Niaga Auto Finance	Khatib sulaiman Rt 04/Rw 07 Lolong Belanti Kec Padang Utara 25136	0751-7058015
2	PT.CLIPAN Finance	Proklamasi No 22 Rt 02/Rw 04 Sawahan kec Padang Timur 25121	0751-7530397
3	PT .INDOMOBILE Finance	Mangunsarkaro No 39 Rt 04/Rw 04 Jati Baru Kec Padang Timur 25129	0751-35317
4	PT. Mega Central Finance	Jendral Sudirman No 9 Rt 04/Rw 08 KP Jao kec padang barat	0751- 30865
5	PT. Mega Finance	Parman No 3268 Rt 01/ Rw 03 Ulak karang utara kec padang timur	0751- 446682
6	PT.Sinarmas Multi Finance	Bagindo Aziz Chan Rt 02/ Rw 03 KP Jao Kec Padang Barat	0751-37444
7	PT. NSC Finance	Andalas No 105 Rt 01/Rw 04 Andalas Kec Padang Timur	0751-26579
8	PT. Summit Oto Finance	Gajah Mada No 59 Rt 01/Rw 04 Gunung pangilun Kec Padang Utara	082198888853
9	PT. Sun Life Finance	Aziz No 13 Petak 4 Andalas Kec Padang Timur	0751-8955290

Sumber :<http://www.bps.go.id> publikasi stastik kota padang direktori jasa keuangan tahun 2017.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa terdapat sembilan perusahaan leasing yang menjadi saingan di PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang. Oleh karena itu, agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya, PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang melakukan bauran pemasaran seperti: produk, harga, promosi, distribusi, orang, proses, dan pelayanan.

PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang berupaya untuk meningkatkan pemasaran dan memperbaiki kinerjanya agar tetap menjadi perusahaan leasing yang baik kepada konsumennya. Dalam rangka menghadapi pesaing tersebut tentunya perusahaan harus memiliki strategi bauran pemasaran yang baik dibanding pesaing.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dilakukan penelitian dengan judul: **“Tinjauan Bauran Pemasaran Jasa pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimanakah Bauran pemasaran Jasa pada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui Bauran Pemasaran Jasa pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis, selain sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- b. Sebagai pengalaman dan menambah wawasan ilmiah penulis di bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran jasa.
- c. Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang bauran pemasaran jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat dijadikan sebagai tambahan informasi tentang bauran pemasaran jasa pada perusahaan PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Padang.
- b. Memberikan masukan dan bahan pertimbangan serta dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dalam kajian yang sama

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan wawancara dan observasi yang penulis lakukan pada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang Bauran pemasaran pada perusahaan tersebut sudah dilakukan dengan baik, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Diantara 7P bauran pemasaran PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang sudah menjalankan tujuh bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan lokasi/distribusi (*place*). Orang /Sdm (*People*), Proses dan pelayanan (*customer service*)
2. Produk (*product*) adalah unsur yang diinginkan konsumen, produk yang disediakan oleh PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang sudah banyak yaitu mulai dari kredit Motor, kredit Mobil, kredit multiguna, kredit elektronik atau furniture dan pembiayaan
3. Harga (*price*), yang dilakukan PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang dengan memberikan harga yang murah dan bersahabat dengan konsumen. Tentunya harga dari PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang lebih murah dari pesaingnya.

4. Lokasi/distribusi (*place*), PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang berada pada lokasi yang strategis yang akan mudah untuk diakses oleh konsumen seperti di pusat pembelanjaan dan dealer. Proses distribusi yang dilakukan oleh PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang menggunakan konter cabang kantor yang ada di Padang. Dalam mendistribusikan barang PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang mempunyai masing-masing sales yang ada di setiap daerah di Sumatera Barat.
5. Orang/ sdm (*People*) dalam melakukan pekerjaan karyawan PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang sudah melakukan berbagai tahap seleksi yaitu dengan perekrutan karyawan dan melakukan pelatihan sebelum di terjunkan di dalam dunia kerja
6. Proses dalam melakukan proses pembelian produk konsumen harus mendatangi dealer-dealer resmi dari PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang dan bisa melalui situs webiste yang telah disediakan.
7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dalam melakukan pelayanan PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang memperkenalkan pelayanan akses adira kepada konsumen. Dimana aplikasi ini untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian produk maupun dalam pembiayaan tanpa harus pergi ke kantor cabang maupun dealer.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Adapun yang perlu di perhatikan oleh PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang adalah memperhatikan kualitas-kualitas produk yang ada dengan mengelompokan-mengelompokan masing-masing produk yang ada.
2. PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang harus lebih efektif dalam melakukan unsur promosi agar konsumen jadi lebih banyak mengetahui produk yang disediakan oleh PT Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang. Sebaiknya PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang harus bisa menanggapi permintaan promosi yang mendadak.
3. Dari segi distribusi PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang harus meningkatkan lagi saluran distribusi agar konsumen mendapatkan pelayanan yang baik supaya konsumen nantinya balik lagi untuk memakai produk yang ada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang.
4. Dalam kegiatan promosi ini sebaiknya PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang menyediakan lebih banyak konter lagi untuk mendistribusikan barang kepada konsumen agar konsumen tidak terlalu lama menunggu pesannya, dan juga alamat konsumen harus jelas dan lengkap. Untuk PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang

Padang minta lebih tegas lagi, agar konsumen bisa memberikan alamatnya dengan lebih jelas.

5. Dari segi sumber daya manusia / karyawan seharusnya PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Padang memilih dan merekrut karyawan yang bisa berkomunikasi baik dengan konsumen dan bisa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen
6. Dari segi proses perusahaan harus menjelaskan kepada konsumen secara jelas tentang produk, syarat pembayaran, bagaimana angsuran produk dan promosi apa saja yang di dapatkan konsumen jika konsumen melakukan kredit secara berkala
7. Dalam kegiatan pelayanan sebaiknya karyawan lebih banyak mengetahui karakter konsumen, agar konsumen tidak kecewa dalam pelayanan yang di berikan oleh perusahaan. karyawan harus lebih dekat lagi dengan konsumen dan bisa menjelaskan apa yang ditanya konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma , Buchari. 2005. Edisi revisi. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jakarta :Erlangga
- Khasmir. 2011. *Manajamen Perbankan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. edisi 12 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran jasa*. edisi 3 jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada.
- Zeithaml, Valarie A,& Mary Jo Bitner. 2009. *Service Marketing*. Fith edition, International Edition. New York. Mc Grow-Hill