

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA CV. HAYATI PARIAMAN

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma (DIII)
Pada Jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



RAHMAD SYAH
2011/1109235

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN D III

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2014

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

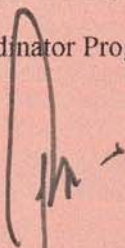
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA CV. HAYATI PARIAMAN

Nama : Rahmad Syah
Nim : 1109235
Program Studi : Manajemen (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juli 2014

Diketahui Oleh,

Koordinator Program Diploma III

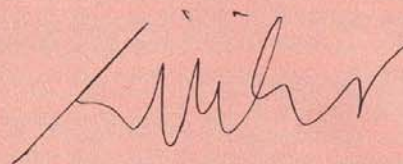


Perengki Susanto SE, M.Sc

NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui Oleh,

Pembimbing



Rini Sarianti, SE, M.Si

NIP.19650306 199001 2 001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

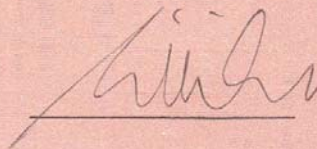
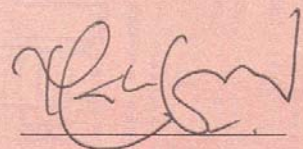
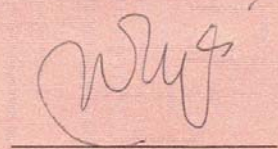
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA CV. HAYATI PARIAMAN

Nama : Rahmad Syah
Nim : 1109235
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas Ekonomi : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang , Agustus 2014

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan Penguji
Ketua	Rini Sarianti SE, M.Si	
Anggota	Halkadri Fitra SE, MM, AK	
Anggota	Whyesi Septrizola, SE	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmad Syah
Thn. Masuk/NIM : 2011/1109235
Tempat/Tgl. Lahir : Pasir sigadondong/25 Februari 1992
No Handphone : 081365661992
Program Studi : Diploma III Manajemen
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : JL. Syekh burhanuddin, Pariaman Selatan, Kota
Pariaman
Judul Tugas Akhir : Analisis Kualitas Pelayanan Pada CV. Hayati
Pariaman

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir 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 ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengutip tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesungguhannya 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 , Juli 2014
Yang Menyatakan,



Rahmad Syah
NIM. 1109235

ABSTRAK

Rahmad Syah 1109235/2011: **Analisis Kualitas Pelayanan pada CV. HAYATI Pariaman**

Pembimbing **:** **Rini Sarianti, SE, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pada CV. HAYATI Pariaman. Penelitian ini membahas tentang mengukur persepsi konsumen atas kualitas pelayanan.

Penelitian menggunakan kualitas jasa, dengan pengukuran indikator. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, berdasarkan angket atau kuesioner yang disebarakan kepada konsumen sebanyak 50 responden dan terdiri dari 22 item pertanyaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen atas kualitas layanan pada CV. HAYATI Pariaman berdasarkan lima dimensi yaitu (*reliability*), yaitu konsumen setuju atas pelayanan, (*responsiveness*), yaitu konsumen setuju atas pelayanan (*assurance*), yaitu konsumen sangat setuju atas pelayanan (*Emphaty*), yaitu konsumen sangat setuju atas pelayanan dan (*Tangibles*), yaitu konsumen sangat setuju atas pelayanan. Dari kelima dimensi perusahaan harus mempertahankan pelayanan yang berikan kepada konsumen dan satu dari lima dimensi itu harus meningkatkan layanannya yaitu pada dimensi (*reliability*).

KATA PENGANTAR



AssalamualaikumWr.Wb.

Alhamdulillahrabbi'l'amin, puji syukur penulis haturkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA CV. HAYATI PARIAMAN**”. Penulisan tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan diploma di Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan karena keterbatasan penulis sebagai manusia biasa yang tak luput dari kesalahan hakiki, dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis memerlukan dorongan, baik moril maupun materil. Oleh Karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Prodi DIII Manajemen Perdagangan.

3. Ibu Rini Sarianti, SE, M.Si selaku Pembimbing Tugas Akhir.
4. CV. HAYATI atas kesediaannya untuk memberikan sumbangan pemikiran kepada penulis.
5. Papa Syafri, Mami Mardinis, kakakku Jufriani, Syahrial, Ardi, Irwansyah, Agulrianto dan Gus apriadi serta Masnah S.Pd dan keponakanku serta adik-adikku yang selalu mengirimkan Do'a demi keberhasilanku.
6. Rekan-rekan seangkatan Management 2011 dan khususnya kepada kakak-kakak tersayang (Pink Family), serta teman sepermainan (Vinia Eka Prahara, Olga Noviana, Lusi Wulandari, Gusti Purnama Sari, dan Geni Nurfa Winta Ade) yang telah bersama melalui masa-masa sulit, saling bantu dalam suka dan duka.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dorongan baik moril maupun materil.

Penulis berdo'a semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari ALLAH SWT dan penulis berharap bahwa tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Akhirnya penulis memohon kekuatan, petunjuk dan bimbingan ALLAH SWT dalam mengabdikan diri dimasyarakat, membangun masyarakat membangun bangsaku dan agamaku. Semoga ALLAH SWT mendengarkan permohonanku ini. Amien.

Wassalammualaikum Wr.Wb

Padang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penulisan	6
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Pengertian Pelayanan.....	9
B. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
C. Pengertian Kepuasan Konsumen	15
D. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan.....	16
E. Gap (kesenjangan) Kualitas Layanan	17
F. Langkah-langkah pelayanan	19
G. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perbedaan Tingkat Harapan Pelanggan	19

BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
C. Rancangan Penelitian	23
D. Teknis Penelitian	26
BAB IV PEMBAHASAN.....	27
A. Profil Perusahaan.....	27
1. Gambaran Umum Perusahaan.	30
B. Pembahasan.	37
1. Deskriptif Karakteristik Responden.	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Jumlah Volume Penjualan Sepeda Motor Honda CV. HAYATI Pariaman Bulan Januari-april 2014.....	6
2. Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
3. Tabel Responden Berdasarkan Umur.	38
4. Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
5. Tabel Analisis SERVQUAL.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Struktur Organisasi CV. HAYATI Pariaman.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian Mengenai Harapan Konsumen
2. Kuesioner Penelitian Persepsi Konsumen
3. Data Hasil Kuesioner Penelitian Mengenai Harapan Konsumen
4. Data Hasil Kuesioner Penelitian Mengenai Persepsi Konsumen
5. Perhitungan Nilai Berdasarkan Dimensi SERVQUAL
6. Surat Penelitian
7. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern saat ini seiring dengan semakin banyak bermunculan perusahaan di Indonesia yang membuat persaingan bisnis semakin hari semakin ketat. Ramainya persaingan bisnis, menuntut para pengusaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi bisnis. Selain itu, persaingan bisnis mampu membuat para pengusaha menerima serta menjalankan tantangan yang ada di hadapannya untuk mempertahankan dan memajukan bisnis mereka tersebut. Apabila pengusaha mampu menghadapi tantangan yang mereka rasakan dalam bisnis tersebut, maka akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Bisnis di Indonesia bisa berupa barang dagang (*product*) maupun jasa, bisnis barang dagangan seperti menjual sepeda motor, mobil dan sepeda: bisnis ritel (pengecer), elektronik, rumah makan, dan lain-lain. Sedangkan bisnis jasa meliputi pelayanan yang diberikan secara tatap muka (*personal selling*) kepada konsumen. Sebelum jasa ini bisa digunakan serta dinikmati oleh konsumen, tentu pengusaha harus memasarkan jasa tersebut supaya dikenal dan dikunjungi oleh para konsumen.

Menurut Griffin (2004:208), “American Society for Quality Control mendefinisikan kualitas (*quality*) sebagai “fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik dari sebuah produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah dinyatakan atau tersirat.”

Salah satu bidang jasa yang tumbuh pesat saat sekarang ini adalah pada CV. HAYATI, dimana dealer sepeda motor suatu bentuk organisasi pelayanan jasa dalam bidang service motor dan pembelian sepeda motor baru, tujuan program service saat ini adalah peningkatan mutu cakupan dan efisiensi dealer sepeda motor melalui penerapan dan penyempurnaan standar pelayanan tenaga peralatan, profesi dan manajemen dealer sepeda sepeda motor honda. Oleh karena itu, kepuasan merupakan tolak ukur yang menentukan tersalurkannya jasa dengan kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dirasakan para pelanggan sebagai pelaksana pelayanan service sepeda motor harus bisa memberikan rasa aman dan nyaman kepada para pengguna jasa pelayanan karena pelayanan yang berkualitas sangat diharapkan oleh para pengguna jasa atau layanan.

Adapun untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dealer sepeda motor honda dapat ditinjau dari indikator mutu pelayanan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan manajer harus memahami lebih mendalam tentang kualitas jasa. *Service quality* yang disingkat menjadi **SERVQUAL** bertujuan untuk mengetahui seberapa mampu perusahaan menyediakan dan memberikan kepuasan pelanggan atas lima dimensi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:52) “Terdapat lima determinan kualitas jasa antara lain Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan Wujud/bukti fisik (*tangible*). “

Pertama yaitu keandalan (*reliability*). Keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Kedua daya tanggap (*responsiveness*). Daya tanggap adalah kesediaan membantu pelanggan atau

konsumen dan memberikan layanan tepat waktu. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan Empati (*emphaty*), yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan dan kelima Wujud atau bukti fisik (*tangibles*).

Akhir-akhir ini banyak terjadi keluhan pada bidang jasa. Salah satunya pelayanan pada sepeda motor honda. Dimana pelayanan sepeda motor honda dituntut untuk memberikan pelayanan jasa yang sesuai dengan jasa pelayanan yang lebih memfokuskan pada kebutuhan pelanggan, sejalan dengan meningkatnya tuntutan masyarakat yang akan lebih baik dan perkembangan teknologi, dealer sepeda motor honda harus mampu memberikan perform atau kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen agar tercipta hubungan yang baik antara karyawan dan konsumen.

Kualitas pelayanan dealer sepeda motor honda dapat diketahui dari keterampilan, profesional karyawan dealer tersebut, efesiensi, dan efektivitas pelayanan serta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ditentukan oleh keseluruhan pelayanan yang diberikan, indikator yang sering dapat digunakan sebagai objektif adalah jumlah keluhan konsumen atau pelanggan, kritik dalam kolom surat pembaca, laporan dari marketing.

Fenomena bagaimana kualitas pelayanan dealer sepeda motor honda di Indonesia yaitu kualitas pelayanan pada CV. HAYATI Pariaman cukup baik dalam artian rendahnya media dan perilaku para karyawan, belum mengutamakan pelanggan sebagai “pembeli”. Hampir semua dealer sepeda motor honda di

Indonesia bersifat komersial dan bisnis oriented cari untung yang sebesar-besarnya dengan memanfaatkan kelemahan konsumen.

Dalam pengalaman sehari-hari, ketidakpuasan konsumen yang paling sering dikemukakan yaitu sikap dan perilaku karyawan dealer tersebut seperti: keterlambatan pelayanan karyawan dalam menservice sepeda motor konsumen, karyawan yang kurang komunikatif dan informatif, adanya karyawan yang tidak dapat menservice dengan baik. Melayani konsumen dengan kurang cepat dan menjanjikan pelayanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikannya. Kurang merespon dan memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen serta kurangnya berinteraksi langsung kepada konsumen, dan keterbatasan fasilitas tempat duduk apabila konsumen yang datang terlalu ramai.

Pelayanan melalui pendekatan manajemen mutu dealer sepeda motor Honda yang menjadi perhatian dalam terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan. Penelitian ini meliputi pelayanan service diperbaiki, para karyawan, dan penunjang alat service. Pelayanan harus maju serta mempunyai teknologi yang mendukung jika suatu perusahaan ingin maju dan berkembang.

Salah satu dealer sepeda motor Honda yang juga sangat berkembang saat ini di Indonesia adalah CV. HAYATI Pariaman. CV. HAYATI merupakan sebuah perusahaan yang aktivitasnya bergerak di bidang *dealer* sepeda motor Honda. CV. HAYATI sangat perlu untuk menerapkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. CV. HAYATI ini merupakan salah satu dealer terbesar di Sumbar dan cabang Pariaman yang terletak di Jalan Sudirman No. 64 Pariaman. Mempunyai lebih dari 29 dealer (7 di antaranya HAYATI ritail) dan 50 jaringan AHASS.

Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan menunjukkan bahwa kegiatan pelayanan di CV. HAYATI menghasilkan peningkatan pelayanan yang cukup baik. Dapat dilihat dari semakin banyaknya permintaan akan produk Honda. Melihat perkembangan ini perusahaan tetap berkeinginan untuk melakukan evaluasi dan kegiatan-kegiatan layanan yang lebih tinggi. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan pelanggan akan sepeda motor Honda.

Berdasarkan pengamatan penulis, yang menjadi fokus pada CV. HAYATI Pariaman pada saat ini adalah terus melakukan penerapan kualitas pelayanan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Dengan semakin banyaknya pesaing (seperti dealer: PT. Daya Anugrah Mandiri dan CV. Menara Agung) yang beredar di pasaran, maka CV. HAYATI Honda diharapkan dapat meningkatkan komponen didalam pelayanan yang tercakup dalam interaksi langsung dan memberikan pelayanan yang intensif kepada konsumen. Dari data yang penulis peroleh dapat dikemukakan perkembangan penjualan sepeda motor pada CV. HAYATI Pariaman sebagai berikut:

**Tabel. 1 Volume Penjualan Sepeda Motor Pada CV. HAYATI Pariaman
Bulan Januari-April 2014
(dalam unit)**

Bulan	Bebek	Matic	Sporty	Jumlah
Januari	45	145	11	201
Februari	34	155	5	194
Maret	26	190	7	223
April	50	172	24	246

Sumber : CV. HAYATI Pariaman (tahun 2014).

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa terjadinya peningkatan penjualan pada CV. HAYATI Pariaman dari bulan ke bulan pada tahun 2014. Produk yang

ditawarkan ada 3 bagian di CV. HAYATI Pariaman, yaitu; (1) bebek, motor bebek sangat identik dengan motor yang gampang dikendalikan, tidak menggunakan persneling, namun memiliki kekuatan yang prima untuk medan datar dan menanjak. Jenis motor bebek antara lain; Absolute Revo, New Honda Blade, Revo Fit, Supra X 125. (2) Matic, sepeda motor matic tidak harus memegang persneling dan mengoper gigi. Tidak mengherankan sepeda motor matic menjadi motor sejuta umat dengan segala kemudahan dan desain yang lebih elegan. Jenis motor matic antara lain; Vario, Beat, Spacy dan terbaru sekarang adalah Scoopy. (3) Sporty, produk sporty yang banyak diminati kaum pria ini menjadi salah satu impian untuk mendapatkan kesan yang lebih menarik. Sepeda motor sporty ini menggunakan sistem gigi dan didesain dengan body yang lebih besar. Jenis motor sporty antara lain: CBR 250, Tiger, Honda GL-Pro, PCX 150, CB 150 dan yang terbaru sekarang adalah Verza 150.

Dengan banyaknya jenis sepeda motor Honda, konsumen bisa memilih sesuai kebutuhannya. Untuk itu CV. HAYATI harus mencari peluang dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan informasi kepada konsumen. Dengan berpegang pada apa yang telah penulis utarakan di atas penulis akan membahas tentang: **“Analisis Kualitas Pelayanan Pada CV. HAYATI Pariaman.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana Kualitas Pelayanan Pada CV. HAYATI Pariaman.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi konsumen atas kualitas pelayanan yang diterapkan oleh CV. HAYATI Pariaman.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis
 - a. Penelitian ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) di program studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi UNP.
 - b. Serta untuk menambah wawasan dan pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik tentang strategi pemasaran pemasaran dalam mencapai pasar sasaran.
2. Bagi perusahaan
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam melaksanakan strategi pemasaran yang optimal.
 - b. Penelitian ini diharapkan dengan strategi promosi yang optimal dapat meningkatkan penjualan.
3. Bagi Pembaca
 - a. Mengetahui kegiatan perusahaan dalam bekerja dan mengembangkan usahanya dengan saluran distribusi.

- b. Mengetahui kegiatan perusahaan yang dianggap memberikan keuntungan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan kualitas pelayanan yang disajikan pada Bab Empat dapat disimpulkan bahwa dari lima dimensi kualitas pelayanan pada dimensi Keandalan (*Reliability*) konsumen setuju dengan kualitas yang disediakan. Pada dimensi (*Responsiveness*) sangat setuju dengan pelayanan yang disediakan. Pada dimensi (*assurance*) konsumen sangat setuju dengan pelayanan yang disediakan.. Pada dimensi (*emphaty*) konsumen sangat setuju dengan pelayanan yang disediakan. Pada dimensi (*responsiveness*) konsumen setuju atas kualitas pelayanan yang disediakan.

B. Saran

Bagi CV. HAYATI Pariaman:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada CV. HAYATI Pariaman, pada dimensi *reliability* perusahaan harus meningkatkan dan memberikan pelayanan ekstra sehingga konsumen sehingga terciptanya hubungan baik antara konsumen dengan karyawan, sehingga konsumen merasa nyaman dan senang dengan pelayanan yang diberikan CV. HAYATI Pariaman, karyawan juga harus memahami kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen.

2. Untuk lebih mempertahankan pelayanan pada CV. HAYATI Pariaman, pada dimensi (*responsiveness, assurance, Emphaty, dan Tangibles*) agar konsumen sangat puas dan sangat setuju, sehingga konsumen memberikan atau menunjukkan loyalitasnya kepada perusahaan.
3. Mengadakan pelatihan-pelatihan khusus bagi karyawan untuk lebih *professional* dalam melaksanakan pekerjaan terutama dalam memberikan pelayanan kepada konsumen atau pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2 Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality dan Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen Edisi 7*, Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2004. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 2 Alih Bahasa: Bob Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi 2 Alih Bahasa: Bob Sabran, MM*. Jakarta : Erlangga.
- Longenecker, Justin G, Carlos W, Moore dan J, William Petty. 2001. *Kewirahusahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christoper, dkk. 2010. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christoper, dkk. 2010. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Nusya'bani, Purnama. 2006. *Manajemen Kualitas*. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta.