

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH AGEN BRILINK SODIKIN
DI JATISARI KEBUMEN

Dewi Masithoh

Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi STIE Putra Bangsa Kebumen

Email:

dewimasithoh130@gmail.com

ABSTRAC

This study aims to examine and analyze how the influence of product quality, service quality and design of promotional tools on customer satisfaction SODIKIN BRILink Agent in Jatisari Kebumen. The data used in this study are primary data and secondary data, this study uses 115 respondents as a research sample drawn based on a Likert scale that has been modified with scale 4. Data analysis method uses multiple regression analysis, t test, f test, and determination with assistance SPSS 23.0 for Windows program. The results of this study indicate that product quality variables have a partial influence on customer satisfaction, service quality has a partial effect on customer satisfaction, promotion affects customer satisfaction, while testing simultaneously proves that all of its independent variables have a significant effect on customer satisfaction SODIKIN BRILink Agent in Jatisari Kebumen.

Keyword : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga perbankan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi modern. Tidak ada satupun negara modern yang menjalankan kegiatan ekonominya tanpa melibatkan lembaga perbankan. Perbankan merupakan sebuah lembaga intermediasi yang berfungsi untuk menghimpun dana yang berlebih dari masyarakat yang kemudian disalurkan ke masyarakat yang kekurangan dana dalam

berbagai bentuk penyaluran. Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menerima tabungan, simpanan giro, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang seperti *transfer* uang ke bank lain atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Sebagai usaha mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan memengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa adalah kualitas pelayanan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan kita dapat melihat dari perilaku konsumen dan pelanggan itu sendiri. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya

proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Basu Swastha, 2000;10).

Selanjutnya yang bisa mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa adalah kualitas produk. Adrian Payne mendefenisikan kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (1993;24). Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Pelayanan yang baik dalam sebuah perbankan akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri, begitu pula kualitas produk yang ditawarkan bank kepada nasabahnya yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan transaksinya. Oleh karenanya, sebuah perbankan harus memperhatikan masalah kepuasan nasabahnya. Karena dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan itu tidak mudah.

Kualitas dan layanan pelanggan juga berkaitan dengan teknik promosi. Masalah promosi berkaitan dengan penempatan (*positioning*) berdasarkan layanan pelanggan. Layanan pelanggan merupakan alat

yang ampuh untuk meningkatkan nilai setiap produk, sehingga promosi harus mampu berfungsi sebagai penempatan yang efektif (Tony Wijaya, 2010;31). Tanpa promosi nasabah tidak dapat mengenal dan mengetahui produk-produk jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi juga mempengaruhi nasabah yang membeli produk jasa dan akhirnya akan meningkatkan loyalitas para nasabahnya (M. Nur Arianto Al Arif, 2010;169).

Keunggulan dari BRILink adalah kemudahan dalam bertransaksi perbankan misalnya cek saldo, *transfer*, pembayaran listrik, pembelian pulsa, pembayaran Asuransi, pembayaran biaya kuliah melalui EDC BRILink menjangkau semua kalangan masyarakat tanpa terkecuali, efisiensi waktu dan biaya, keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi perbankan, serta adanya *sharing feese* sebesar 50:50 yaitu pembagian *fee* yang sama antara pihak bank dan agen sebesar 50%. Sedangkan kelemahannya adalah terbatasnya jaringan provider pada lokasi tertentu dari para agen yang menyebabkan gagalnya transaksi.

Agen BRI Link SODIKIN yang beralamat di Kedungjati RT 003 RW 001 Jatisari Kebumen yang bermula usaha produksi tempe dan sejak tahun 2015 bergabung menjadi mitra BRI Agen BRILink karena berbagai kemudahan diperoleh dengan layanan menjadi Agen BRILink masyarakat sekitar jika ingin menyetor atau menarik uang

bisa dilakukan di tempatnya sehingga masyarakat tidak perlu jauh-jauh ke Bank. Bukan hanya itu saja isi pulsa, membayar listrik, transfer, dan membayar tagihan lainnya juga bisa dilakukan. Hal ini menjadi akan menambah penghasilan Sodikin.

Selain itu, permasalahan mengenai kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN seperti munculnya keluhan dan kritik dari nasabah yang disampaikan secara langsung ke pihak manajemen atau disampaikan melalui media seperti elektronik dan cetak, membuat manajemen harus mengambil tindakan untuk meminimalisir keluhan dan kritikan dari nasabah. Keluhan yang disampaikan oleh nasabah diantaranya mengenai kualitas produk seperti banyak yang membanding-bandingkan antara biaya administrasi transaksi dengan transaksi bank lain, perlengkapan seperti spanduk atau daftar tarif transaksi. Selain itu mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Agen BRILink juga tidak luput dari perhatian Nasabah. Ada beberapa nasabah yang memberikan keluhan dan masukan kepada pelayanan Agen BRILink SODIKIN seperti keramahan dan kecepatan dalam melayani nasabah agar dapat dimaksimalkan lagi.

Dilihat dari hal tersebut penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Agen BRILink SODIKIN Di Jatisari Kebuenn”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan penelitian yang bersumber pada fenomena yang ada tersebut dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan-permasalahan penelitian yang bersumber pada fenomena yang ada, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah.

4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink Kebumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Variabel

Kepuasan Pelanggan / nasabah

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Pelanggan tidak akan puas jika kinerja dibawah harapan. Pelanggan akan puas jika kinerja sesuai dengan harapan. Pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia apabila kinerja melampaui harapan, Kotler (1997:36).

Kualitas produk

Kualitas produk menurut Kotler (2009) adalah kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya

tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
Kotler (2002:83).

Promosi

Promosi menurut Simamora (2000:753) merupakan fungsi dari pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen.

B. Hipotesis

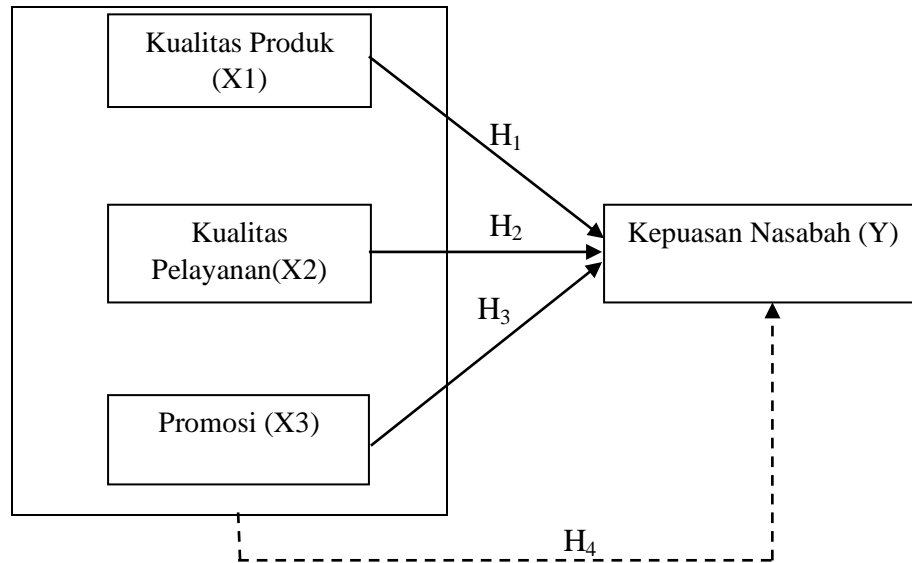
H_1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Agen BRILink SODIKIN.

H_2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Agen BRILink SODIKIN.

H_3 : Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Agen BRILink SODIKIN.

H_4 : Kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada Agen BRILink SODIKIN.

C. Kerangka Pemikiran



III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Mathotra (2005:161) penelitian kuantitatif merupakan metodologi penelitian yang berupaya untuk mengkuantifikasi data dan biasanya merupakan bentuk statistik analisis tertentu. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Promosi (X3), Kepuasan Nasabah (Y).

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang diharapkan (Sugiyono, 2009:401). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

C. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau keaslian suatu instrument. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang di maksudkan (Simamora, 2004 : 172).

b. Uji Reliabilitas

reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus koefisien *alpha cronbach* (Sugiyono, 2010:365).

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling

berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali 2007:91).

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan asumsi heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian berbeda, maka disebut *heteroskedastisitas*. Menurut Santoso (2002:208).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linear, variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau mendekati normal.

E. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi linear berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah dua atau lebih (Simamora, 2004:339).

F. UJI HIPOTESIS

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel

independent. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap variabel terikat adalah kepuasan nasabah

b. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependent*).

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel-variabel independen, atau prosentase perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1_1	0,792	0,1840	0,000	Valid
X1_2	0,829	0,1840	0,000	Valid
X1_3	0,853	0,1840	0,000	Valid
X1_4	0,845	0,1840	0,000	Valid
X1_5	0,677	0,1840	0,000	Valid
X1_6	0,606	0,1840	0,000	Valid

Butir	r_{hitung}	r_{table}	Nilai Signifikansi	Keterangan
--------------	---------------------------	--------------------------	---------------------------	-------------------

X2_1	0,811	0,1840	0,000	Valid
X2_2	0,881	0,1840	0,000	Valid
X2_3	0,797	0,1840	0,000	Valid
X2_4	0,831	0,1840	0,000	Valid
X2_5	0,782	0,1840	0,000	Valid

Butir	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X3_1	0,689	0,1840	0,000	Valid
X3_2	0,690	0,1840	0,000	Valid
X3_3	0,903	0,1840	0,000	Valid
X3_4	0,912	0,1840	0,000	Valid

Butir	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Y_1	0,826	0,1840	0,000	Valid
Y_2	0,873	0,1840	0,000	Valid
Y_3	0,911	0,1840	0,000	Valid
Y_4	0,888	0,1840	0,000	Valid

2. Hasil Uji Variabel Reliabel

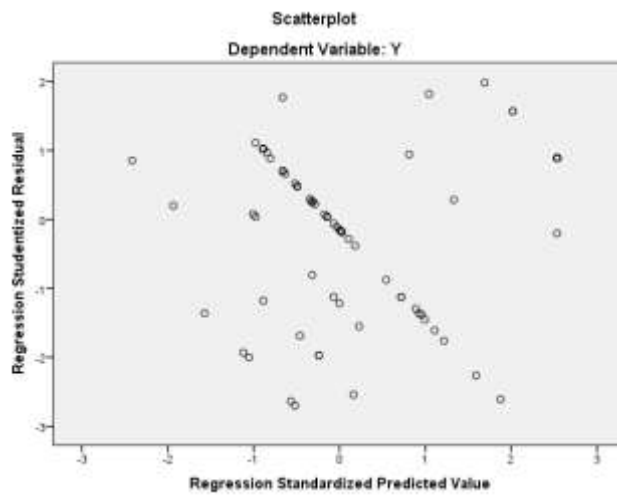
No	Variabel	Alpha Cronbach's	Batas Penerimaan	Status
1.	Kualitas Produk (X1)	0,861	0,60	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0,875	0,60	Reliabel
3.	Promosi(X3)	0,816	0,60	Reliabel
4.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,894	0,60	Reliabel

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

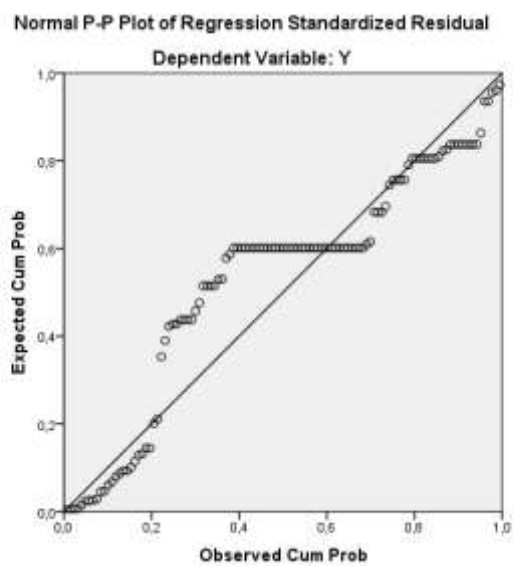
a. Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,565	1,771
	Kualitas Pelayanan	,393	2,545
	Promosi	,490	2,042

b. Uji Heterokedastisitas



c. Uji Normalitas



4. Hasil Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,473	,812		1,814	,072
	X1	,207	,048	,337	4,349	,000
	X2	,299	,079	,353	3,800	,000
	X3	,172	,066	,215	2,584	,011

G. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,473	,812		1,814	,072
	X1	,207	,048	,337	4,349	,000
	X2	,299	,079	,353	3,800	,000
	X3	,172	,066	,215	2,584	,011

b. Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,563	3	54,854	61,373	,000 ^b

Residual	99,211	111	,894	
Total	263,774	114		

a. Dependent Variable: Y

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,624	,614	,94540

5. Implikasi Manajerial

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah Implikasi yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.
2. Hasil penelitian variable kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Hasil penelitian promosi menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

4. Berdasarkan hasil uji ANOVA atau bersama-sama, diperoleh nilai F hitung sebesar 61,373 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai kualitas produk, kualitas pelayan dan promosi terhadap kepuasan nasabah Agen BRILink SODIKIN, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

.1. Responden nasabah Agen BRILink SODIKIN didominasi oleh perempuan dengan status pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga.

2. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, berarti nasabah akan merasa puas apabila Agen BRILinkSODIKIN semakin bagus kualitasnya dan memberikan manfaat serta dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.

3. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, berarti semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan Agen BRILink SODIKIN dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.

.4. Variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, berarti Agen BRILink dengan promosi yang lengkap dan memadai bisa menambah rasa puas nasabah.

5. Nasabah akan lebih merasa puas apabila ketiga aspek tersebut yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi dapat diberikan dan dirasakan semuanya untuk nasabah, ini terbukti dari hasil uji F atau uji simultan dimana nilai F hitung $61,373 >$ nilai f tabel $3,08$ dengan tingkat signifikan $0,000 <$ nilai $\alpha = 0,05$.

2. Saran

1. Bagi Agen BRILink SODIKIN

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk menciptakan kepuasan nasabah sehingga dapat meningkatkan transaksi nasabah Agen BRILink SODIKIN adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner yang diisi melalui hasil peneliti, ada beberapa yang menyarankan agar Agen BRILink Sodikin menyediakan tempat khusus untuk setiap proses transaksi menggunakan EDC BRILink.
2. Agen BRILink SODIKIN diharapkan dapat melayani proses transaksi dengan cepat dan tepat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel-variabel selain dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi sehingga dapat memperkuat penilaian nasabah dalam memilih dan

melakukan transaksi di Agen BRILink serta untuk ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran.

Daftar Pustaka

- Amirin, T. 2011. *Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*. Jakarta: Erlangga.
- Adrian, Payne. 1993. *The Essence of Services Marketing (Pemasaran Jasa)*. Yogyakarta: Andy.
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dharmmestra, Basu Swastha. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2006. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang : Badan Penerbit Undip.
- _____. 2013. *Konsep & Aplikasi dengan Program Amus 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain*. Jakarta: Erlangga.
- Hadari, Nawawi. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hadi, Sutrisno. 1989. *Metodologi Research*. Jilid 4. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2004. *Metodologi Research*. Jilid 3. Yogyakarta : Andi.
- Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: STIE YKPN.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1996. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- _____. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedua Belas. Klaten: PT Index.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2011. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Kurniawan, Didik. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan, Kalitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank BPD DIY Syariah. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2007. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid 2. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- McDaniel, Lamb Hair. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Mardiyani, Mayang Septa. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU 44.594.10 Ds. Wedelan Kec. Bangsri, Jepara. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nazir, M. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rizan, Mohamad dan Fajar Andika. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.

- Risnawati, dan Nuril Huda. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3, No. 1, 2012.
- Sarwono, Jonathan. 2005. *Teori dan Praktik Riset Pemasaran Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business*. Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2006. *Research Methods for Business*. Jilid 2. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sunarto. 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Cetakan 1. Yogyakarta: Ust Press.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Memahami Penelitian Kalitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran Jasa*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*.
Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

