

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL PURI LARAS KEBUMEN

Sri Wahyuni

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menginap di Hotel Puri Laras Kebumen yang berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 22. Dalam metode statistika dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis pada analisis regresi linier berganda variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra perusahaan, lokasi, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Hotel Puri Laras merupakan hotel kelas melati yang berdiri sejak tahun 2005 berlokasi di Jalan Pemuda No. 109 Panjer, Kebumen. Pelayanan Hotel Puri Laras Kebumen cepat dan tepat dalam melayani konsumen serta memberikan informasi yang dapat dipahami konsumen, selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan serta kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Ketatnya persaingan dalam industri perhotelan menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif untuk menentukan hotel. Karena bersifat substitutif maka harus ada upaya dan tindakan untuk memperkuat atribut tertentu yang melekat pada Hotel Puri Laras. Pelayanan yang memuaskan adalah jawabannya. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik maka akan menciptakan image positif terhadap hotel.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran modern. Setiap perusahaan yang ingin tetap eksis dipasar harus mampu memberikan jaminan kepuasan konsumen, bahkan sekarang ini banyak perusahaan yang berusaha memberikan kepuasan yang tinggi, karena kepuasan konsumen yang tinggi akan memperkuat ikatan konsumen dengan perusahaan, Utari (2004). Semakin ketatnya usaha perhotelan saat ini membuat perusahaan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan yang diberikan, konsumen pun akan semakin selektif dalam memilih suatu pelayanan yang benar-benar akan memuaskan konsumen.

Hotel Puri Laras Kebumen berusaha optimal dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen seperti memperhatikan apa yang konsumen inginkan, dan selalu menanggapi apa yang konsumen butuhkan untuk mewujudkan apa yang konsumen harapkan. Dengan pelayanan yang memuaskan akan memberikan respon positif dari konsumen untuk hotel itu sendiri. Tingginya tingkat persaingan, menimbulkan banyaknya kesan terhadap produk jasa sejenis dipasaran. Dengan kata lain konsumen juga memiliki sebuah sikap terhadap perusahaan dimana konsumen akan merasa senang dan puas apabila pelayanannya terpenuhi. Hotel Puri Laras Kebumen memiliki suatu tujuan khusus supaya image hotel tersebut baik di mata khalayak dan bagus semaksimal mungkin. Hotel Puri Laras berkomitmen untuk mempertahankan citra positifnya dan memberikan pelayanan yang bagus dengan memberikan fasilitas pelayanan yang baik.

Citra perusahaan merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2006). Dengan terbentuknya citra yang baik dimata pelanggan, hal ini menunjukkan Citra hotel yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi konsumen yang menginap. Hotel harus siap bersaing dalam merebut dan mempertahankan konsumen apabila ingin tetap bertahan dalam persaingan bisnis perhotelan.

Lokasi hotel puri laras sangat strategis, berada di pusat kota dan tidak jauh dari pusat perbelanjaan. Dengan adanya lokasi yang strategis, tempat parkir yang luas para tamu puas terhadap apa yang disediakan oleh hotel. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, lokasi penting bagi perusahaan untuk menarik konsumen menginap di hotel. Oleh karena itu, lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2011:180) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah persepsi seorang mengenai suatu citra organisasi dan persepsi-persepsi ini diciptakan melalui seluruh indera: penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, citra rasa dan perasaan yang dialami melalui penggunaan produk, pelayanan konsumen, lingkungan

komersial dan komunikasi perusahaan, itu merupakan hasil dari setiap perusahaan yang dilakukan atau tidak dilakukan (Kotler:2006).

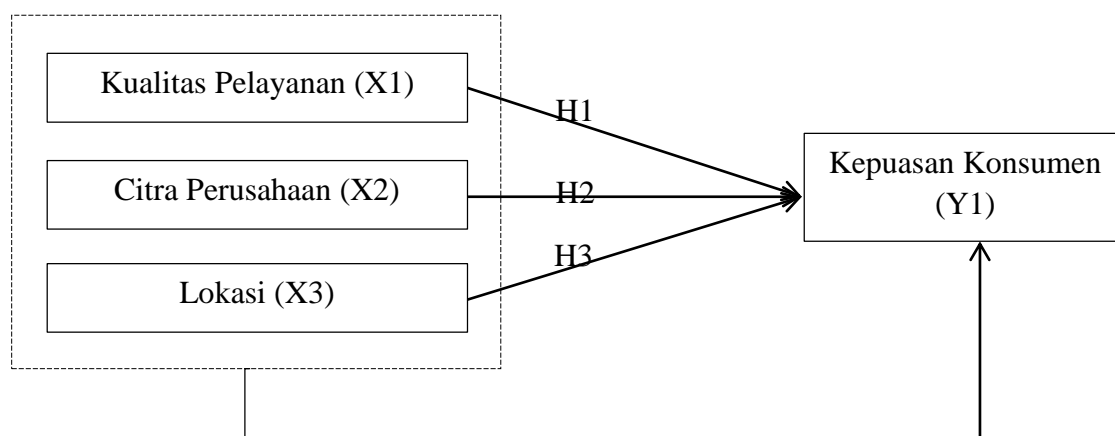
Lokasi

Menurut (Lupiyoadi, 2010:80) bahwa lokasi berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk/jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan, Menurut Kotler (2009:138) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan.

KERANGKA PEMIKIRAN



HIPOTESIS

- H₁ : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.
- H₂ : citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.
- H₃ : lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.
- H₄ : kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Sugiyono (2010:104) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua

konsumen yang pernah menginap di Hotel Puri Laras Kebumen. Sampel yang diambil oleh peneliti ini berjumlah 100 orang agar dapat memenuhi syarat pengambilan sampel yaitu minimal sebanyak 99 orang.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar mengenai karakteristik responden dan disajikan dalam bentuk tabel.

Analisis Statistika

Uji Validitas

Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Secara statistika, angka korelasi bagian total yang diperoleh dari metode *product moment person* dibandingkan dengan angka *r table product moment pearson correlation*.

Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliable (andal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas menggunakan one shot atau diukur sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain.

Uji Asumsi Klasik

Analisa data dalam hubungannya dengan pengujian suatu hipotesis tidak dapat dipisahkan dari bentuk jenis data yang diperoleh serta dapat terpenuhi tidaknya hasil uji asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas data, uji heterokedastisitas serta uji normalitas data.

Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan mendekati 1). Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0).

Uji Heterokedastisitas

Jika *variance* dari residual atau pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah

tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas bida dilakukan dengan metode *scatterplot* heterokedastisitas (Ghozali, 2009:53). Deteksi atas masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan cepat dengan melihat grafik sebaran nilai residual yang berstandarisasi. Apabila sebenarnya membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar, menyempit) maka dapat disimpulkan terjadi masalah.

Uji Normalitas

Uji normalitas (Ghozali, 2009:50) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi kedua variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal. Adapun untuk mengujinya dilakukan dengan analisis grafik, yaitu dengan melihat *normal probability plot* dari hasil analisis SPSS. Jika model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka pada grafik normal plot akan terlihat data atau titik menyebar di sekitar garis diagonal atau pada distribusi normal. Jika model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas maka pada grafik normal plot data atau titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Rumusnya adalah (Arikunto, 2009:85): $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Uji Hipotesis

Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel tidak bebas dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$$t = \frac{b_j}{Sb_j}$$

Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dengan signifikansi 5% ($\alpha=0,05$).

Rumusnya adalah:

$$F_{hit} = \frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Koefisien Determinasi

Uji R dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepadatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh

terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen Koefisien Determinasi (R^2). Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk pedoman pengujian adalah jika r hitung $>$ r tabel maka butir tersebut dinyatakan valid. Responden untuk uji validitas berjumlah 100 responden dengan derajat kebebasan (N-K) atau $(100-4) = 96$, $\alpha = 0,05$ diperoleh angka r tabel sebesar 0,1671.

Kualitas Pelayanan

Butir	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Status
1	0.641	0.1671	0,05	Valid
2	0.664	0.1671	0,05	Valid
3	0.657	0.1671	0,05	Valid
4	0.883	0.1671	0,05	Valid
5	0.916	0.1671	0,05	Valid
6	0.905	0.1671	0,05	Valid

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid (sah).

Citra Perusahaan

Butir	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Status
1	0.871	0.1671	0,05	Valid
2	0.817	0.1671	0,05	Valid
3	0.826	0.1671	0,05	Valid
4	0.896	0.1671	0,05	Valid
5	0.802	0.1671	0,05	Valid

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga variabel citra perusahaan dinyatakan valid (sah).

Lokasi

Butir	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Status
1	0.738	0.1671	0,05	Valid
2	0.791	0.1671	0,05	Valid
3	0.678	0.1671	0,05	Valid
4	0.412	0.1671	0,05	Valid
5	0.461	0.1671	0,05	Valid

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga variabel lokasi dinyatakan valid (sah).

Kepuasan Konsumen

Butir	r hitung	r tabel	Nilai Signifikansi	Status
1	0.645	0.1671	0,05	Valid
2	0.816	0.1671	0,05	Valid
3	0.869	0.1671	0,05	Valid
4	0.840	0.1671	0,05	Valid

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid (sah).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas butir dilakukan dengan ketentuan, jika $r \text{ alpha} > 0,06$, maka variabel tersebut reliabel dan sebaliknya jika $r \text{ alpha} < 0,6$, maka variabel tersebut tidak reliabel.

Variabel	r alpha	Nilai Minimal	Status
Kualitas Pelayanan	0.796	0.6	Reliabel
Citra Perusahaan	0.814	0.6	Reliabel
Lokasi	0.614	0.6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.795	0.6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan reliabel (andal) karena r alphanya lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

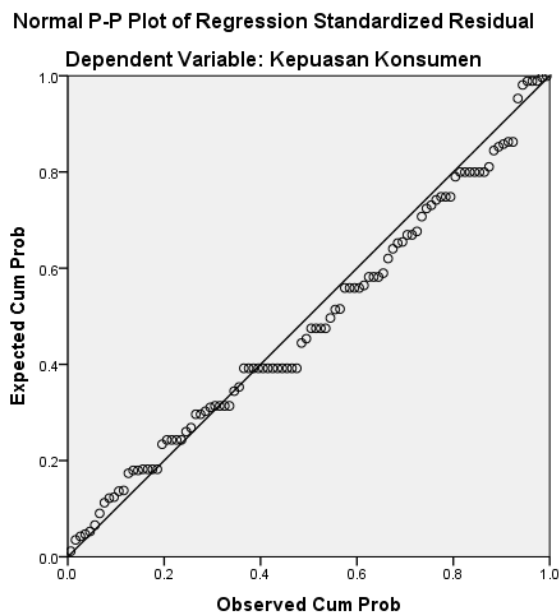
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.506	1.975
Citra Perusahaan	.482	2.073
Lokasi	.818	1.223

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

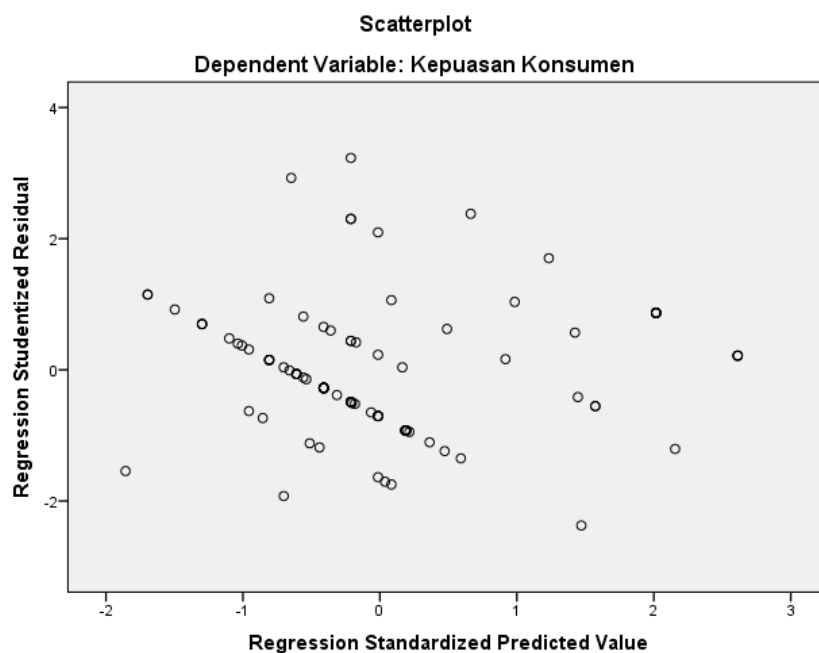
Berdasarkan tabel *coefficients* diatas dapat dijelaskan bahwa pada bagian *collinearity statistic* menunjukkan bahwa VIF di bawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1. Karena itu model regresi persamaan tersebut tidak terdapat multikolinieritas sehingga model regresi dapat dipakai.

Uji Normalitas



Berdasarkan gambar uji normalitas terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan mode regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.859	1.113		1.669	.098
Kualitas Pelayanan	.170	.052	.317	3.249	.002
Citra Perusahaan	.263	.084	.313	3.132	.002
Lokasi	.229	.066	.267	3.481	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = 1,859 + 0,170X_1 + 0,263X_2 + 0,229X_3 + e$$

a (alpha) pada persamaan diatas adalah nilai konstanta atau nilai tetap kepuasan konsumen yang tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi maka kepuasan konsumen bernilai sebesar 1,859.

koefisien regresi untuk X_1 sebesar 0,170, artinya setiap kenaikan/bertambahnya satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan perubahan/bertambahnya kepuasan konsumen sebesar 0,170 poin, apabila variabel independen lain nilainya tetap.

koefisien regresi untuk X_2 sebesar 0,263, artinya setiap kenaikan /bertambahnya satu satuan pada variabel citra perusahaan akan menyebabkan perubahan/bertambahnya kepuasan konsumen sebesar 0,263 poin, apabila variabel independen lain nilainya tetap.

koefisien regresi untuk X_3 sebesar 0,229, artinya setiap kenaikan /bertambahnya satu satuan pada variabel lokasi akan menyebabkan perubahan/bertambahnya kepuasan konsumen sebesar 0,229 poin, apabila variabel independen lain nilainya tetap.

Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,249	1,66088	H ₁ diterima
Citra Perusahaan	3,132	1,66088	H ₁ diterima
Lokasi	3,481	1,66088	H ₁ diterima

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	131.155	3	43.718	37.288	.000 ^b
Residual	112.555	96	1.172		
Total	243.710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

Dari tabel diatas diperoleh F_{hitung} sebesar $37,288 > F_{tabel}$ sebesar $2,47$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.734 ^a	.538	.524	1.08279	.538	37.288	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari tabel di atas, nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh $0,524$ artinya $52,4\%$ variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi sedangkan sisanya sebesar $47,6\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengujian variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan hasil yang signifikan. Hal itu ditunjukkan dari hasil t_{hitung} $3,249 > t_{tabel}$ $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.
2. Pengujian variabel citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan hasil yang signifikan. Hal itu ditunjukkan dari hasil t_{hitung} $3,132 > t_{tabel}$ $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.
3. Pengujian variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen menunjukkan hasil yang signifikan. Hal itu ditunjukkan dari hasil t_{hitung} $3,481 < t_{tabel}$ $1,66088$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ yang berarti variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Puri Laras Kebumen.

Saran

1. Hotel Puri Laras Kebumen hendaknya melengkapi perlengkapan yang dibutuhkan konsumen dan melengkapi perlengkapan yang nantinya akan dibutuhkan oleh setiap konsumen agar konsumen yang menginap di Hotel merasakan kenyamanan dan kepuasan.

2. Hotel Puri Laras Kebumen hendaknya lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan memberikan nilai baik kepada perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan di bidang perhotelan.
3. Hotel Puri Laras Kebumen hendaknya memberikan pelatihan kepada para karyawan agar cepat tanggap dalam melayani konsumen dan efisien dalam menggunakan waktu untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang tentunya suatu saat akan memberi dampak baik seperti merekomendasikan hotel untuk keluarga dan temannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizawati, 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang." *Jurnal Orasi Bisnis* 7 (1): 59-67.
- Ahmed, Isfaq, Nawas, Muhamad, Usman Ahmad dan Iqbal Hassan. 2010. "Impact of Service Hotel Arista Palembang. *Jurnal Orasi Binis*, VII: ISSN: 2085- 1375. Quality on Customers Satisfaction." *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12).
- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabet.
- Assael, Henry. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action 6th Edition*. New York: South Western College Publishing.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin, M. 2004. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5(1):hal: 54-61.
- Bilson, Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama
- Danang Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono and Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran*. edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset
- Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Empat. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media

- Musanto, Trisno 2003. "Faktor-Faktor Kepuasan konsumen dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 6(2): hal: 123 – 136.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller.(2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margaretha, M. 2004. "Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Desember, Vol. III, No. 2: 289-308.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior*. Jilid II diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunoyo. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Sulastiyono, A. 2011. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi : Manajemen Penyelenggara Hotel*. Bandung : CV Alfabeta.