

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN INDUS UBUD GIANYAR

Ni Made Arie Sulistyawati¹

Ni Ketut Seminari²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail : dea_dee1@yahoo.co.id / telp : 081237494467

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan factor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari observasi langsung dan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang selanjutnya di analisis menggunakan analisis linier berganda. Hasil analisis data diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Perbedaan Gender.

ABSTRACT

Quality of service is an important factor and roots that are able to provide satisfaction for its customers. So that customers are satisfied with the services provided. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction. This study uses primary data sourced from direct observation and questionnaires were distributed to the respondents who subsequently analyzed using linear analysis berganda. Hasil data analysis found that the variable physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and gender differences affect the customer satisfaction at Restaurant Indus Ubud.

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction, Gender Differences*

PENDAHULUAN

Perkembangan intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing (Atmawati dan Wahyudin, 2007). Hal ini dikarenakan pelanggan semakin selektif dalam pemilihan produk untuk digunakan atau dikonsumsi (Prayuana dan Andjarwati, 2013). Menurut Supranto (2001:201), kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan

orang yang menggunakannya, oleh karena itu kebutuhan manusia bersifat dinamis, yaitu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007). Sedangkan Oliver (2007:31) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007:53).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Veloutsou, 2005:46). Studi yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012), menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi pula kepuasan yang mereka sarankan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizan dan Andika (2011), Lauw dan Kunto (2013), Sukawati (2011), Utama (2010), Ramalu dan Wei (2011), Sudirman (2011), dan juga Ravichandran dan Kumar (2010).

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2008) menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan membuat pelanggan merasa yakin bahwa perusahaan telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Surya (2008) di bengkel Astra Sanur menyatakan bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh bengkel Astra Sanur mempengaruhi niat beli ulang para pelanggannya. Namun, demikian pengaruh tersebut terjadi secara tidak langsung karena dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Artinya bahwa makin baik kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan menyebabkan pelanggan makin puas sehingga mereka memiliki niat yang makin kuat untuk kembali menggunakan jasa tersebut di kemudian hari. Menurut Aryani dan Rosinta (2010), banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Perbedaan gender juga merupakan faktor dalam mengukur kepuasan pelanggan, bila dilihat dari segi tahap perkembangan psikologis terhadap perbedaan antara anak laki-laki dan anak perempuan, anak laki-laki sering aktif

meniru, sedang anak perempuan kebanyakan pasif, mengagumi dan memuja dalam khayal. Gender Brief Series No.1 (2007) menjelaskan perbedaan sosial, politik, pendidikan dan ekonomi antara laki-laki dan perempuan. Dwarawati (2005), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Kinerja Akuntan Dilihat dari Perbedaan Gender menemukan bahwa, komitmen organisasi dan kepuasan kerja menunjukkan adanya perbedaan antarapria dan wanita. Hal ini berarti adanya perbedaan yang signifikan pada komitmen organisasi dan kepuasan kerja antara karyawan pria dan wanita.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pendapatan utama yang ada di Indonesia khususnya di Bali, sektor pariwisata berkembang sangat pesat salah satunya ialah semakin banyaknya pembangunan penunjang pariwisata seperti pelayanan jasa yang bergerak di bidang *food and baverage* atau restoran yang dapat memenuhi kebutuhan fisik para wisatawan tersebut. Salah satunya adalah Indus restoran yang merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang penjualan makanan dan minuman yang ada di Bali. Indus Restoran Ubud tepatnya berada di daerah Ubud Gianyar. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan kerja dan pengaruh perbedaan gender terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

Keandalan adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

H₁ : Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Bukti langsung adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada pelanggan yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan saran komunikasi.

H₂ : Bukti Fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Daya tanggap yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

H₃ : Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Jaminan yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

H₄ : Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

H₅ : Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indus Restoran Ubud.

Menurut Gender brief Series No. 1 (2007), istilah “*Gender*” biasanya merujuk pada peran dan tanggung jawab perempuan dan laki-laki yang dikonstruksi secara sosial, dalam suatu wilayah atau konteks budaya. Hal ini yang membedakannya dengan istilah “*sex*” yang merujuk pada perbedaan biologis antara perempuan dan laki-laki. Reiboldt (dalam Ngai, 2007) mengindikasikan bahwa laki-laki lebih memungkinkan untuk menyampaikan keluhannya dibandingkan dengan perempuan.

H₆ : Perbedaan Gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Indus Restoran Ubud.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian di kota Gianyar pada Restoran Indus Ubud. Objek penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Indikator dalam penelitian ini adalah indikator keandalan, daya tanggap, bukti fisik, jaminan, empati dan perbedaan gender. Metode pengumpulan data adalah kuesioner.

Bukti Fisik merupakan segala sesuatu yang secara fisik bisa dilihat dan diamati secara langsung oleh pelanggan pada Indus Restoran Ubud.

Keandalan adalah dimensi yang menunjukkan kemampuan Indus Restoran memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Daya Tanggap merupakan keinginan atau kesediaan karyawan untuk menanggapi kebutuhan atau keluhan pelanggan.

Jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan yang dapat memberikan suatu kepercayaan kepada diri pelanggan.

Empati adalah sikap kepedulian yang dilakukan karyawan dengan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan.

Perbedaan Gender merupakan bagian identitas yang sangat berarti bagi individu, karena dengan gender dapat diketahui apakah seseorang digolongkan sebagai laki-laki atau perempuan (Fakih,2003). Golongan dalam penelitian ini adalah pelanggan laki-laki dan perempuan.

Kepuasan Pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Restoran Indus Ubud. Metode pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan mendapatkan sampel sebanyak 105 orang. Teknik analisis datanya adalah regresi linier berganda dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik responden jumlah responden yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 53 orang atau 50,48 dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 49,52 persen. Umur responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki umur berkisar 25 – 35 tahun sebanyak 40 orang atau sebesar 38,10 persen, umur 17 – 25 tahun sebanyak 36 orang atau sebesar 34,29, umur 35 – 45 sebanyak 20 orang atau sebesar 19,05, dan umur > 45 sebanyak 9 orang 8,56 persen. Tingkat pendidikan responden menunjukkan jumlah responden mayoritas mempunyai tingkat pendidikan Diploma sebanyak 62 orang atau sebesar 59,05 persen, pendidikan S1 sebanyak 27 orang atau sebesar 27,71 persen dan SMA sebanyak 15 orang atau sebesar 14,29 persen.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi bukti fisik berkisar antara 0,445 sampai 0,705. Koefisien korelasi keandalan berkisar antara 0,405 sampai 0,752. Koefisien korelasi daya tanggap berkisar antara 0,819 sampai 0,892. Koefisien korelasi jaminan berkisar antara 0,764 sampai 0,836. Koefisien korelasi empati berkisar antara 0,623 sampai 0,783. Koefisien korelasi kepuasan pelanggan berkisar antara 0,558 sampai 0,722 karena keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi diatas 0,3 sehingga keseluruhan indikator yang digunakan dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke analisa berikutnya.

Hasil uji reliabilitas bukti fisik menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,646. Keandalan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,660. Daya tanggap menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,628. Jaminan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,705. Empati menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,603 dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,615 karena keseluruhan instrumen menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 maka seluruh instrument layak digunakan untuk mengumpulkan data.

Tabel 1.
Hasil Uji Normalitas

N	105
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1.237
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.094

Sumber: Data diolah

Hasil dari uji normalitas pada Tabel 1 menunjukkan nilai *Sig (2-Tailed)* adalah 0,094 dengan nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,237. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *Sig (2-Tailed)* (0,094) > dari *Level of Significant* (0,05), dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model berdistribusi normal.

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
1.	Bukti Fisik	0,421	2,372
2.	Keandalan	0,655	1,526
3.	Daya Tanggap	0,768	1,302
4.	Jaminan	0,416	2,403
5.	Empati	0,921	1,086

Sumber: Data diolah

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 3.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1.	Bukti Fisik	0,099	Bebas heteroskedastisitas.
2.	Keandalan	0,632	Bebas heteroskedastisitas.
3.	Daya Tanggap	0,245	Bebas heteroskedastisitas.
4.	Jaminan	0,310	Bebas heteroskedastisitas.
5.	Empati	0,222	Bebas heterokedastisitas.

Sumber: Data diolah

Hasil uji heteroskedastisitas dalam Tabel 3 memperlihatkan tingkat signifikansi tiap variabel bebas di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 4.
Uji Regresi Linear Berganda

Nama Variabel	Koefisien Regresi	t-test	Sig. t
Bukti Fisik	0,322	3,945	0,000
Keandalan	0,132	2,022	0,046
Daya Tanggap	0,139	2,297	0,024
Jaminan	0,472	5,745	0,000
Empati	0,131	2,374	0,020
Konstanta	0,000		
R	0,850		
R <i>square</i>	0,722		
F hitung	51,411		
F sig	0,000		

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 4. dapat dilihat bahwa besarnya nilai R *square* adalah sebesar 0,722 ini berarti pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 72,2 persen sedangkan sisanya sebesar 27,8 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

Dari Tabel 4. dapat dilihat nilai koefisien regresi dari variabel bebas Kualitas Pelayanan dan konstanta variabel terikat (Kepuasan Pelanggan), maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,00 + 0,322(X_1) + 0,132(X_2) + 0,139(X_3) + 0,472(X_4) + 0,131(X_5) + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui konstanta besarnya 0,00 mengandung arti jika variabel, Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati tidak berubah, maka Kepuasan Pelanggan tidak mengalami perubahan atau sama dengan 0.

$\beta_1 = 0,322$; berarti apabila variabel Bukti Fisik($X_{1.1}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan(Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan. $\beta_2 = 0,132$; berarti apabila variabel Keandalan($X_{1.2}$)meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan(Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan.

$\beta_3 = 0,139$; berarti apabila variabel Daya Tanggap ($X_{1.3}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan(Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan. $\beta_3 = 0,472$; berarti apabila variabel Jaminan ($X_{1.4}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan.

$\beta_3 = 0,131$; berarti apabila variabel Empati ($X_{1.5}$) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada Kepuasan Pelanggan (Y), dengan asumsi variabel bebas yang dianggap konstan.

Tabel 5.
Hasil Uji-t

No	Variabel	t_{hitung}	Signifikansi	t_{Tabel}
1.	Bukti Fisik	3,945	0,000	1,658
2.	Keandalan	2,022	0,046	1,658
3.	Daya Tanggap	2,297	0,024	1,658
4.	Jaminan	5,745	0,000	1,658
5.	Empati	2,374	0,020	1,658

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil t hitung indikator variabel kualitas pelayanan semua indikator menunjukkan nilai lebih besar dari t Tabel sebesar 1,658 dengan nilai sig lebih besar dari 0,05 maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud. Hal ini berarti semakin bagus pelayanan suatu restoran akan meningkatkan kepuasan dari pelanggannya. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lauw dan Kunto (2013) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan nilai df Residual sebesar 99 yang berarti bahwa hampir keseluruhan dari jumlah responden yang sebanyak 105 responden memiliki tanggapan yang sama antara laki-laki maupun perempuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perbedaan gender tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Restoran Indus Ubud. Temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shorea Dwarawati (2005), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Kinerja Akuntan dilihat dari Perbedaan Gender menemukan bahwa, komitmen organisasi dan kepuasan kerja menunjukkan adanya perbedaan antara pria dan wanita. Hal ini kemungkinan disebabkan karena adanya perbedaan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dengan kepuasan yang dirasakan oleh seorang karyawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasar hasil penelitian yang telah diuraikan , maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan , daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

Kepada pimpinan diharapkan untuk selalu memberikan dorongan kepada karyawannya dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing agar bisa memberikan pelayanan kepada pelanggan lebih baik lagi. Kepada manajemen untuk lebih memperhatikan karyawannya, agar karyawan bisa lebih ramah dalam melayani pelanggan.

REFERENSI

- Ayse Ozfer Ozcelik, L. S.A. a. M. S. S. 2007. An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity & Social Sciences Journal*, 2(1) 43-50.
- Depdikbud. 1984/1985. Psikologi Pendidikan, Materi Dasar Pendidikan Program Akta Mengajar V, Buku IIIA, Universitas Terbuka.
- Direktori Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2013
- Dwarawati, Shorea. 2005. Analisis Perbedaan Kinerja Akuntan Dilihat dari Segi Gender, (Studi Empiris pada Akuntan Publik I Daerah Istimewa Yogyakarta). Tesis, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Eugene, Savidas and Jamie, L, Baker-Prewitt. 2000. An Examination of The Relationship Between Service Quality, Customers Satisfaction, and Store Royalty. *International Journal of Retail & Distribution Management Bradford*, 28(2), pp:73.
- Fakih, M. 2003. *Analisa Gender Kekerasan Ekonomi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta

- Faturochman. 2006. Pengantar Psikologi Sosial. Penerbit Pustaka, Yogyakarta.
- Ferdinand. 2002. *Structural equation modeling (SEM) dalam Penelitian Manajemen*. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural Berbasis Komponen*, Cetakan Pertama. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang : BP UNDIP.
- Hidayat, Anang 2007. Peta Pengembangan Kualitas dan Kinerja Bisnis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. 2006. Service Quality Client Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm: Perception of Malaysia Public Listen Companys. *Manajerial Auditing Journal*, 21(7), pp:738-756.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 1(3): h:275-293.
- Kau, Ah-Keng and Elizabeth, Wan-Yun Loh. 2006. The Effect of Service Recovery on Satisfaction: A Comparison Between Complainants and Non-Complainants. *Journal of Service Marketing* 20/2(2006), pp:101-111.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Index.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran, (Terjemahan Bahasa Indonesia)*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I&II, Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kurniawan, B. 2010. Factors affecting customer satisfaction in purchase Decision on ticket online: a case study in air asia.
- Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1): h:1-7.

- Ngai, Eric W.T., Vincent C.S. Heung., Y.H. Wong., Fanny K.Y. 2007. Consumer Complaint Behavior of Asians and Non-Asians About Hotel Service: An Empirical Analysis. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), pp:1375-1391
- Nugroho, Agus. 2005. *Strategi Jitu : Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Esensi.
- Prayuana, Helena P dan Andjarwati, Anik L. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorse Irvan Bachdim dan Event Sponsorship Terhadap Citra Merek Minuman Isotonic Pocarisweat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), h:307-317.
- Ramalu, Subramaniam Sri dan Chuah Chin Wei. 2011. Students Satisfaction towards the University: Does Service Quality Matters. *International Journal of Education*, 3(2): h: 1-15.
- Ravichandran, K .Bhargavi dan Kumar, Arun. 2010. Influence of Service Quality on Banking Customers' Behavioural Intentions. *International Journal of Economics and Finance*, 2(4): h: 18-28.
- Rizan, Mohamad dan Fajar Andika. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki Dealer Fatmawati Jakarta Selatan. *Jurnal Riset manajemen*, 2(1): h:130-150.
- Sudarmanto,Gunawan.R. 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta ; Graha Ilmu.
- Sudirman, Dewi Yanti. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar. *Skripsi Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin*. Halaman: 1-120.
- Sugiarto, Endar Sulatringrum. Pengantar Akomodasi dan Restoran, Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka. 1996.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.