

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN ALFAMART DI KELURAHAN SRONDOL WETAN SEMARANG

Vini Anggraini Putri, Dewi Fatmasari

Abstraksi

Persaingan yang semakin ketat di era globalisasi tidak dapat dihindari. Agar pelanggan tidak lari dan tetap loyal pada perusahaan, maka perusahaan harus memenuhi harapan dari pelanggannya. Terpenuhinya harapan pelanggan akan menjadikan pelanggan puas dan mempromosikan pada orang lain. Salah satu cara untuk memenuhi kepuasan pelanggan adalah memberikan pelayanan yang baik/prima kepada pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang prima diharapkan pelanggan akan tetap setia pada perusahaan

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Latar Belakang

Semakin ketatnya persaingan di bidang jasa akan menjadikan pelayanan sebagai faktor yang penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan perusahaan jasa. Pelanggan akan memberikan penilaian tersendiri terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan membandingkannya dengan perusahaan lain sejenis. Untuk itu perusahaan harus sekuat tenaga memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen/pelanggannya.

Pelaksanaan pelayanan yang baik atau prima dan menyeluruh yang dilakukan perusahaan terhadap pelanggan tersebut akan menjadikan pelanggan puas dan melakukan pembelian kembali. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk

mempertahankan pelanggan dan memperoleh pelanggan baru serta menciptakan pelanggan yang loyal.

Pelanggan merupakan satu satunya orang yang dapat memberikan penilaian baik tidaknya kualitas pelayanan dari perusahaan/penyedia jasa. Penilaian kualitas pelayanan dari pelanggan dilakukan dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Baik tidaknya kualitas suatu pelayanan akan tergantung pada kemampuan penyedia/ perusahaan jasa dalam memenuhi harapan para pelanggannya secara konsisten.

Alfamart, sebagai perusahaan ritail, yang menyediakan segala macam kebutuhan sehari hari masyarakat, telah bergeser fungsi utamanya, yaitu tidak hanya sekedar menyediakan kebutuhan masyarakat tetapi harus pula

memuaskan pelanggannya agar merasa nyaman saat berbelanja. Untuk meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, maka Alfamart selalu menitikberatkan pada kualitas pelayanannya.

Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan Alfamart pada pelanggannya adalah produk yang dijual. Fokus terhadap produk yang unggul merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Sedangkan strategi yang diterapkan adalah memperluas jaringan dan meningkatkan jumlah gerai alfamart agar dekat dengan masyarakat.

Disamping itu, masalah yang sering timbul dalam pemberian pelayanan, seperti kebersihan, kurangnya fasilitas umum, seperti tempat parkir, toilet, kurang cepatnya dalam memberi pelayanan, kurang beragamnya produk yang dijual akan menyebabkan pelanggan menjadi tidak puas dan berpindah pada perusahaan lain. Untuk itu Alfamart harus dapat memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin bagi pelanggannya.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang?
2. Bagaimanakah kepuasan pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang ?
3. Bagaimanakah hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang
3. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang

Tinjauan Teori

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Gronos (dalam Setyobudi dan Daryanto, 2014:135), pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak terlihat akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal hal lain yang disediakan perusahaan untuk memecahkan permasalahan pelanggan.

Sedangkan menurut Kotler (dalam Setyobudi dan Daryanto, 2014:135), pelayanan adalah kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak dapat terikat pada suatu produk secara fisik. Secara garis besarnya pelayanan merupakan kegiatan yang abstrak tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat. Pelayanan tidak dapat mengakibatkan terjadinya peralihan hak atau kepemilikan dan terdapat interaksi antara penyedia/perusahaan jasa dengan pengguna jasa.

b. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Pasuraman (dalam Tjiptono, 2012:198), dalam rangka mengevaluasi kualitas pelayanan, umumnya menggunakan 5 dimensi, yaitu

- 1) Tangible (Bukti langsung), merupakan bukti nyata yang diberikan penyedia jasa pada konsumen dalam hal kepedulian dan perhatian.
- 2) Reliability (Keandalan), merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya yang tepat pula.

3) Responsiveness (Ketanggapan), merupakan kemampuan karyawan perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan benar.

4) Assurance (Jaminan), merupakan pengetahuan dan perilaku dari karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

5) Emphathy (Empati), merupakan kemampuan karyawan perusahaan dalam memberikan perhatian dan informasi pada konsumen.

Berdasarkan studi literature, Bintoro (2014:53), faktor faktor yang mendorong kepuasan dari pelanggan, adalah :

- 1) Kualitas Produk, dimana pelanggan akan merasa puas bila membeli dan menggunakan produk yang mempunyai kualitas yang baik.
- 2) Harga, harga murah menjadi sumber kepuasan bagi pelanggan yang sensitif, tetapi bagi pelanggan yang tidak sensitif, harga relatif tidak penting bagi mereka.
- 3) Kualitas Pelayanan, tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dan faktor manusia yang memegang kontribusi sebesar dalam memberikan pelayanan pada pelanggan.
- 4) Faktor Emosional, faktor emosional

menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan.

- 5) Biaya dan Kemudahan, pelanggan akan semakin puas bila harga produk relatif murah, mudah dan nyaman dalam berbelanja akan mendorong kepuasan pelanggan.

c. Kepuasan Pelanggan

Setiap orang yang bergerak/beraktivitas dalam dunia pelayanan atau sektor jasa mempunyai pelanggan yang harus dipuaskan agar tetap loyal terhadap produk/jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama dari perusahaan bila perusahaan mempunyai orientasi pada pelanggan.

Menurut Setyobudi dan Daryanto (2014:90), kepuasan pelanggan merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Sedangkan menurut Sunarto (2006:17), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dan harapan harapannya. Sehingga dapat dikatakan bila persepsi sama dengan kinerja menghasilkan kepuasan pelanggan.

d. Faktor faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Herlambang (2014:79), sebenarnya pelanggan tidak membeli produk atau jasa, melainkan membeli manfaat, sehingga bila pelanggan puas dengan manfaat yang mereka terima akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Seorang pelanggan yang puas terhadap manfaat yang diterimanya, mereka akan berbicara pada orang lain, dan itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berkaitan dengan pelayanan pada pelanggan antara lain : 1) sikap, 2) etika dan etiket, 3) komunikasi, dan 4) penampilan diri (Herlambang, 2014:79). Sedangkan menurut Tjiptono (2004:318), kepuasa pelanggan dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu : 1) Harapan, 2) Kinerja, 3) Perbandingan, 4) Konfirmasi/diskonfirmasi, dan 5) Ketidaksesuai

Definisi Operasional

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Tangible, yang diukur dengan : a) penampilan karyawan dalam

melayani pelanggan; b) kenyamanan tempat melakukan transaksi; c) kemudahan dalam proses pelayanan; d) kedisiplinan karyawan dalam melakukan pelayanan; e) kemudahan akses pelanggan dalam memperoleh pelayanan dan f) penggunaan alat bantu dalam pelayanan

2. Reliability, diukur dengan : a) kecermatan dalam melayani pelanggan; 2) memiliki standar pelayanan yang jelas; 3) kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
3. Responsiveness, diukur dengan : a) kecepatan merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan; b) kecepatan dalam melakukan pelayanan pada pelanggan; c) ketepatan dalam memberikan pelayanan; d) kecermatan dalam memberikan pelayanan; e) ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan; dan f) merespon keluhan pelanggan.
4. Assurance, diukur dengan : a) jaminan ketepatan waktu dalam pelayanan; b) jaminan biaya dalam pelayanan; c) jaminan legalitas dalam pelayanan; dan d) jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
5. Emphaty, diukur dengan : a) mendahulukan kepentingan pelanggan; b) melayani dengan sikap

ramah; c) melayani dengan sopan santun; d) melayani tanpa membedakan; dan e) melayani dan menghargai setiap pelanggan

Sedangkan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Harapan, diukur dengan : a) kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan konsumen; b) pengalaman masa lalu ketika menggunakan pelayanan; c) pengalaman menggunakan pelayanan dari teman; d) komunikasi melalui iklan dan pemasaran.
2. Kinerja, diukur dengan : a) kepentingan pelayanan kepada konsumen; b) perasaan pelanggan usai menggunakan pelayanan; dan c) konsumen menyadari kegunaan barang.
3. Perbandingan, diukur dengan : a) membandingkan kerja produk , sebelum dan setelah memakai jasa; b) membandingkan pelayanan dengan pelayanan yang lain.
4. Konfirmasi/diskonfirmasi, diukur dengan : a) konfirmasi pelayanan; b) penyaranan pelayanan; c) ketahanan kinerja barang.
5. Ketidaksesuaian, diukur dengan : a) mengindikasikan perbedaan level kinerja dengan harapan; b) penggunaan ulang pelayanan; c)

komplain pelanggan ketika pelayanan tidak sesuai harapan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan /pengunjung Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan Semarang. Karena populasinya besar dan tidak diketahui jumlahnya, maka dalam pengambilan sample menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100

sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang/pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan cluster random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuestioner dan study pustaka. Metode pengolahan data melalui *editingkoding*, *scoring* dan *tabulating*. Analisa data menggunakan analisa Lazerfield untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian

a. Identifikasi Responden

Responden dalam penelitian ini sejumlah 100 orang responden yang berasal dari pelanggan Alfamart Kelurahan Srandol Wetan Semarang. Identitas responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan tiap bulan dan intensitas belanja di Alfamart.

Tabel 1.1
Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Frekuensi | % |
|---------------|-----------|-----|
| Perempuan | 38 | 38 |
| Laki Laki | 62 | 62 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Tabel 1.2
Usia Responden

| Usia | Frekuensi | % |
|---------------|-----------|-----|
| <20 tahun | 0 | 0 |
| 21 - 30 tahun | 38 | 38 |
| 31 - 40 tahun | 31 | 31 |
| 41 - 50 tahun | 31 | 31 |
| >50 tahun | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Tabel 1.3
Tingkat Pendidikan Responden

| Pendidikan | Frekuensi | % |
|------------|-----------|-----|
| SMA | 36 | 36 |
| D3 | 19 | 19 |
| S1 | 45 | 45 |
| S2 | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Tabel 1.4
Pekerjaan Responden

| Pekerjaan | Frekuensi | % |
|----------------|-----------|-----|
| Dosen/Guru | 0 | 0 |
| Pegawai Swasta | 28 | 28 |
| Pelajar | 22 | 22 |
| PNS | 17 | 17 |
| Wiraswasta | 33 | 33 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Tabel 1.5
Pendapatan Responden

| Pendapatan | Frekuensi | % |
|------------------------|-----------|-----|
| Rp 1 juta sd 2 juta | 65 | 65 |
| Rp. 2,1 juta sd 3 juta | 3 | 3 |
| Rp. 3,1 juta sd 4 juta | 16 | 16 |
| Lebih dari Rp 4 juta | 16 | 16 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Dari data di atas diketahui bahwa jenis kelamin responden terbanyak adalah laki laki sebesar 62 responden (62 %). Berdasarkan usia, responden terbanyak berada dalam kisaran usia 21 sd 30 tahun sebanyak 38 responden (38%). Tingkat pendidikan responder terbesar adalah di S1 sebesar 45 responden (45%). Pekerjaan responden yang sering berbelanja di Alfamart adalah wiraswasta sebesar 33

responden (33%) dan dilihat dari pendapatan responden ada di kisaran Rp. 1 juta sd Rp. 2 Juta.

b. Kualitas Pelayanan Di Alfamart Kelurahan Spondol Wetan

Variabel kualitas pelayanan diukur dengan indikator 1) Tangible/bukti langsung, 2) Realiability/ keandalan, 3) Responsiveness/ketanggapan, 4) Assurance/ jaminan, dan 5) Emphaty/empati. Pertanyaan ang dapat diskor sebanyak 25 pertanyaan, sehingga diperoleh kategorisasi kelas tentang kualitas pelayanan :

- a. Sangat baik : 106 – 125
- b. Baik : 86 – 105
- c. Cukup baik : 66 – 85
- d. Tidak baik : 46 – 65
- e. Sangat tidak baik : 25 – 45

sehingga diperoleh hasil :

Tabel 1.6
Persebaran Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan

| Keterangan | Frekuensi | % |
|----------------------|-----------|-----|
| a. Sangat baik | 88 | 88 |
| b. Baik | 11 | 11 |
| c. Cukup baik | 1 | 1 |
| d. Tidak baik | 0 | 0 |
| e. Sangat tidak baik | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Dari tabel diatas, diketahui 88 responden (88%) berasumsi kualitas pelayanan Alfamart di Kelurahan

Srondol Wetan, Semarang sudah sangat baik, sebanyak 11 responden (11%) berasumsi baik dan hanya 1 responden (1%) yang berasumsi cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Alfamart di Kelurahan Srondol Wetan, Semarang adalah sudah baik.

c. Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Srondol Wetan

Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan indikator : 1) harapan, 2) kinerja, 3) perbandingan, 4) konfirmasi/diskonfirmasi, dan 5) ketidaksesuaian. Ada 15 pertanyaan yang dapat diskor, sehingga menghasilkan kategori kelas :

- a. Sangat puas : 64 – 75
- b. Puas : 52 – 63
- c. Cukup puas : 40 – 51
- d. Tidak puas : 28 – 39
- e. Sangat tidak puas : 15 – 27

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.7
Persebaran Persentase Mengenai Kepuasan Pelayanan

| Keterangan | Frekuensi | % |
|----------------------|-----------|-----|
| a. Sangat puas | 55 | 55 |
| b. Puas | 33 | 33 |
| c. Cukup puas | 11 | 11 |
| d. Tidak puas | 1 | 1 |
| e. Sangat tidak puas | 0 | 0 |
| Total | 100 | 100 |

Data yang diolah 2017

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan Alfamart di Kelurahan Srondol Wetan, Semarang sebanyak 55 responden (55%) menyatakan sangat puas, 33 responden (33%) menyatakan puas, 11 responden (11%) menyatakan cukup puas dan hanya 1 responden (1%) yang menyatakan tidak puas. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelanggan Alfamart di Kelurahan Srondol Wetan, Semarang adalah sangat puas. Saat pelanggan puas terhadap manfaat pelayanan yang telah mereka terima maka mereka akan mempromosikan pada orang lain.

d. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Alfamart di Kelurahan Srondol Wetan, Semarang dianalisa dengan analisa Bivariat. Analisa bivariat yaitu analisa yang menggunakan tabulasi silang untuk mengetahui kecenderungan hubungan diantara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Alfamart Kelurahan Srondol Wetan, Semarang. Hasi analisa ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.8
Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

| Kualitas Pelayanan | Kepuasan Pelanggan | | | | | Total |
|--------------------|--------------------|-------------|-------------|-----------|-----|---------------|
| | SP | P | CP | TP | STP | |
| SB | 52 (52%) | 26 (26%) | 9 (9%) | 1 (1%) | - | 88 (88%) |
| B | 2 (2%) | 7 (7%) | 2 (2%) | - | - | 11 (11%) |
| CB | 1 (1%) | - | - | - | - | 1 (1%) |
| TB | - | - | - | - | - | - |
| STB | - | - | - | - | - | - |
| Total | 55 (55%) | 33 (33%) | 11 (11%) | 1 (1%) | - | 100 (100%) |

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel tabulasi silang diatas, diketahui bahwa 52 responden (52%) yang menyatakan kualitas pelayanan sangat baik dan sangat puas terhadap Alfamart Kelurahan Srandol Wetan, Semarang. Sebanyak 26 responden (26%) menyatakan kualitas pelayanan sangat baik dan puas, 9 responden (9%) menyatakan kualitas pelayanan sangat baik dan cukup puas, dan hanya 1 responden (1%) yang menyatakan sangat baik dan tidak puas. Dua responden (2%) menyatakan kualitas pelayanan baik dan sangat puas, sebanyak 7 responden (7%) menyatakan kualitas pelayanan baik dan puas, sebanyak 2 responden (2%) menatakan kualitas layanan baik dan cukup puas, dan hanya 1 responden (1%) yang menyatakankualitas pelayanan Alfamart

Kelurahan Srandol Wetan cukup baik dan sangat puas. Dari sebaran hasil analisa bevariat, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan sebesar 52%.

Penutup

Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

- 1) Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang sebesar 88 % menyatakan kualitas pelayanan sangat baik. Hal ini dikarenakan pelayan/pegawai toko dapat melayani pelanggan dengan baik.

- 2) Sedangkan kepuasan pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan, Semarang, dari 100 pelanggan yang menyatakan sangat puas sebesar 55 responden. Adanya pelayanan yang baik akan memberi pengaruh pada kepuasan pelanggan.
- 3) Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Alfamart Kelurahan Srandol Wetan, Semarang, karena kualitas pelayanan sangat baik sehingga pelanggan sangat puas sebesar 52 responden (52%).

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1)Perusahaan diharapkan meningkatkan fasilitas kenyamanan di toko, seperti AC yang dingin, adanya alunan musik di toko, dan tempat parkir yang luas.
- 2)Pelayan/karyawan toko lebih memperhatikan/ membantu pelanggan, seperti bantuan ketika pelanggan mencari barang yang dibutuhkan, mengambil barang yang letaknya lebih tinggi dari pelanggan, dan sebagainya
- 3)Perusahaan harus selalu membandingkan harga dengan

pesaing, agar harga di Alfamart tidak lebih mahal dibandingkan dengan pesaing dan memberikan promosi yang lebih variatif untuk menarik pelanggan.

Daftar Pustaka

- Azwar.Safiuddin.2013.*Metode Penelitian*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Boediono.B. 2003.*Pelayanan Prima Perpajakan*.Jakarta : Rinneka Cipta.
- Herlambang. Susatya. 2014. *Dasar-Dasar Marketing Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyeng Publishing.
- Santosa.Yoan.2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Parkir* . Diakses tanggal 15 Agustus 2015.
- Septiyani. Wulandari. 2015. *Hubungan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Demak*. Semarang :Program DIII Universitas Pandanaran Semarang.
- Setyobudi Ismanto, Daryanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Amus Yogyakarta dan CV. Ngeksigondo Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono.Fandy. 1997. *Prinsip- Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono.Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan*

- Layanan Prima.** Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono.Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa.** Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Walker Dennis. 1997. **Mendahulukan Pelanggan (Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Bermutu).** Jakarta : Binaputra Aksara.
- Wood Inv One. 2009. **Layanan Pelanggan.** Yogyakarta : Graha Ilmu.