

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA UNTUK KEPUASAN PELANGGAN AGAR TERCIPTA LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Pada Pelanggan Gedung Serbaguna DPPP KAD Kabupaten Semarang)

Arka Arviantama¹⁾, Leonardo Budi Hasiholan²⁾, Edward Gagah Purwana³⁾, Darsin⁴⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran

^{2), 3), 4)} Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran

ABSTRACT

Increasing competition in the business of rental of the multipurpose building at the moment, requires managers to always consider the needs and desires of customers and trying to meet consumer expectations by providing facility services and rental prices were good so as to create customer satisfaction and loyalty. The purpose of this research to analyze the impact of service quality, facilities and rental prices to customer satisfaction and customer loyalty Multipurpose Building DPPP KAD Semarang District. The population in this study are all customers Multipurpose Building DPPP KAD Semarang regency in 2016 with as many as 289 customers. Samples taken a number of 74 people. Statistical analysis was conducted on the multiple linear regression and hypothesis testing.

Keywords: *amenities, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Rental Rates, Quality of service*

ABSTRAKSI

Semakin ketatnya persaingan usaha persewaan gedung serbaguna saat ini, menuntut pengelola untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan fasilitas dan harga sewa yang baik sehingga dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Gedung Serbaguna DPPP KAD Kabupaten Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Gedung Serbaguna DPPP KAD Kabupaten Semarang tahun 2016 dengan sebanyak 289 pelanggan. Sampel yang diambil sejumlah 74 orang. Analisis statistik yang dilakukan meliputi regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Kata Kunci: **Fasilitas, Harga Sewa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

PENDAHULUAN

Saat ini persaingan dunia persewaan gedung serbaguna semakin ketat dengan ditandai oleh banyaknya dijumpai gedung serbaguna di kota-kota besar. Gedung ini bukan lagi menjadi tempat bagi orang-orang yang ingin menggelar suatu acara formal seperti rapat atau seminar nasional. Gedung serbaguna banyak digunakan oleh instansi khusus maupun individu masyarakat untuk menyelenggarakan acara rapat, seminar, wisuda dan acara pesta pernikahan yang dapat menampung jumlah tamu yang lebih besar. Pada prinsipnya setiap pengelola jasa penyedia gedung serbaguna akan memberikan pelayanan semaksimal mungkin bagi konsumennya, dengan maksud bagaimana para pengelola gedung serbaguna menawarkan jasa terbaik kepada konsumennya dan akan terus berusaha dalam memberikan nilai tambah (*value added*) yang berbeda terhadap produk dan jasanya serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Murti, 2013).

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten dimasa datang, sehingga menimbulkan pembelian merek atau rangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek (Oliver 1999 dalam Tjiptono, 2012). Untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan, penyedia jasa harus terlebih dahulu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal, fasilitas yang baik juga memadahi dan harga sewa yang kompetitif.

Obyek penelitian ini pada gedung Serbaguna DPPP-KAD Kabupaten Semarang merupakan salah satu dari beberapa gedung serbaguna yang mampu bertahan meskipun banyak bermunculan gedung serbaguna di Kabupaten Semarang. Gedung serbaguna merupakan salah satu gedung serba guna di Kabupaten Semarang yang di sewakan untuk kepentingan wisuda, *gathering*, pameran, seminar dan lain-lain. Dalam periode tiga tahun terakhir Gedung Serbaguna DPPP-KAD

Kabupaten Semarang mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan, maka penurunan jumlah pelanggan dapat diduga beberapa pelanggan Gedung serbaguna DPPP-KAD Kabupaten Semarang pindah menggunakan jasa gedung serbaguna lain. Namun demikian, tidak semua pelanggan yang bertransaksi di Gedung Serbaguna DPPP-KAD Kabupaten Semarang merasakan puas, dalam kenyataan ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa. Keluhan atau komplain diatas akan memberikan indikasi bahwa pengelola Gedung Serbaguna DPPP-KAD Kabupaten Semarang dituntut untuk meningkatkan terus menerus kinerjanya agar pada akhirnya kepuasan pelanggan dapat dipenuhi. Perlu diketahui bahwa pemberian kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa serta kepuasan yang baik merupakan kunci keberhasilan pemasaran jasa. Pelanggan yang mempunyai kepuasan yang tinggi akan selalu melakukan perilaku ulang dalam menggunakan jasa-jasa yang disediakan oleh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Stanton (2010), pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain. Pelayanan adalah merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Menurut Kotler (2010) definisi 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. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Umar, 2003), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*

Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2010). Menurut Raharjani (2005) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa.

Sedangkan Menurut Hamdani dan Lupiyoadi, (2008) Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Sedangkan menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya.

Harga Sewa

Menurut Swasta (2009) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Gitosudarmo (2008) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Sutianingsih (2010) menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan satu/beberapa unit perumahan.

Indikatornya: harga yang murah, harga yang bervariasi, fleksibilitas pembayaran.

Menurut Ferdinand (2008), harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Menurut Stanton (2006), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang lainnya ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Kepuasan Pelanggan

Rangkuti (2009) menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai respon Pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan menurut Hamdani dan Lupiyoadi (2010) merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Kotler (2010) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mutu layanan akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa

Tjiptono (2012) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan Pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan Pelanggan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas konsumen merupakan reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Sembiring, 2014).

Kotler (2010) mendefinisikan loyalitas adalah sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Kotler dan Keller (2010), menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Gedung Serbaguna DPPPKAD Kabupaten Semarang tahun 2016 dengan sebanyak 289 pelanggan. Sampel yang diambil sejumlah 74 orang. Analisis statistik yang dilakukan meliputi regresi linier berganda dan pengujian hipotesis

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Keseluruhan indikator mempunyai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,229) sehingga dapat dikatakan keseluruhan indikator valid.

Uji Reliabilitas

Variabel pelayanan (X1), fasilitas (X2), harga sewa (X3), kepuasan pelanggan (Y1) dan Loyalitas Pelanggan (Y2), benar-benar reliabel karena koefisien diatas 0,6

Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,100	1,458		2,821	,008
Kualitas pelayanan	,289	,028	,329	3,111	,003
Fasilitas	,304	,027	,358	3,491	,001
Harga sewa	,241	,026	,288	2,892	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan analisis sebagai berikut :

$$Y_1 = 4,100 + 0,289 X_1 + 0,304 X_2 + 0,241 X_3 + e$$

Dari hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan harga sewa (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1)

Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,391	,043		5,292	,000
Kepuasan pelanggan	,843	,083	,748	9,551	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan analisis sebagai berikut :

$$Y_2 = 2,391 + 0,843 Y_1$$

Dari hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan (Y1) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y2)

Uji Goodness of Fit Suatu Model

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 ^a	,657	,642	2,07508

a. Predictors: (Constant), Harga Sewa, Fasilitas, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan

Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,642 yang berarti variasi perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa sebesar 64,2%, sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian seperti lokasi dan citra perusahaan.

Uji t

Pengujian Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan t-hitung (3,111) > t-tabel (1,666) atau sig t 0,003 < 0,05, dengan demikian H1 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan suatu hal penting pada saat sekarang dan masa

mendatang. Hal ini karena perkembangan yang terjadi dalam masyarakat, tetapi juga membutuhkan pelayanan yang baik. Dengan pelayanan yang baik pelanggan akan merasa dihargai dan dihargai keberadaannya. Hal ini akan membuat mereka puas dan dengan kepuasan tersebut mereka akan datang kembali bila memerlukan jasa tersebut. Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan

Pengujian Hipotesis Fasilitas Terhadap Kepuasan pelanggan

Dari hasil perhitungan t-hitung (3,491) > t-tabel (1,666) atau sig t 0,001 < 0,05, dengan demikian H2 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

Pengujian Hipotesis Harga Sewa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan t-hitung (2,530) > t-tabel (1,666) atau sig t 0,014 < 0,05, dengan demikian H2 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang

signifikan antara harga sewa terhadap kepuasan pelanggan. Harga juga memiliki kontribusi dalam menentukan kepuasan pelanggan dengan nilai 0.409. Penetapan harga yang sudah layak dan masuk akal, harga yang sudah kompetitif dengan gedung persewaan lain serta harga yang dibayar sudah sesuai dengan pelayanan yang diterima mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Pengujian Hipotesis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil perhitungan t-hitung (9,511) > t-tabel (1,666) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian H5 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Masing-masing indikator kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terutama untuk pelanggan tidak ragu-ragu karena puas atas pelayanan pada Gedung Serbaguna DPPP-KAD Kabupaten Semarang. Pelanggan memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain berkenaan dengan pelayanan yang diberikan Gedung Serbaguna DPPP-KAD Kabupaten Semarang. Kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu usaha terutama perusahaan bergerak di bidang jasa.

Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	644.626	3	181.542	44.709	.000 ^b
Residual	284.237	70	4.061		
Total	823.666	73			

a. Dependent Variable: Kepuasan
b. Predictors: (Constant), Harga Sewa, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan F-hitung (44,709) > F-tabel (2,736) atau sig F (0,000) < 0,05, dengan demikian ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan yang meningkat dapat dicapai apabila semakin baik kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi pelayanan (b_1) sebesar 0,289 dan t hitung (3,111) > t tabel (1,666) atau sig t $0,003 < 0,05$, dengan demikian H1 diterima
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi harga sewa (b_2) sebesar 0,304 dan t hitung (3,491) > t tabel (1,666) atau sig t $(0,001) < 0,05$, dengan demikian H2 diterima
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga sewa terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi harga sewa (b_3) sebesar 0,241 dan t hitung (2,530) > t tabel (1,666) atau sig t $(0,014) < 0,05$, dengan demikian H3 diterima
4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pelayanan, fasilitas dan harga sewa secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana F-hitung (44,709) > F-tabel (2,736) atau sig F $(0,000) < 0,05$, dengan demikian H4 diterima
5. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi kepuasan pelanggan (b_4) sebesar 0,843 dan t hitung (9,551) > t tabel (1,666) atau sig t $(0,000) < 0,05$, dengan demikian H5 diterima
6. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,642 yang berarti variasi perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sewa sebesar 64,2%, sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar

penelitian seperti lokasi dan citra perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2008. "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang". Universitas Diponegoro.
- Francis, Buttle. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan), Concepts and Tools*, Elsier Ltd. 2004. Dialihbahasakan oleh Arief Subiyanto, Bayumedia Publishing.
- Freddy, Rangkuti. 2009. *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Griffin, Ricki W dan Ronal J Ebert. 2007. *Bisnis Edisi 8*. Erlangga, Jakarta:.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih .2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.
- Indriantoro Nur, Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA.
- Kotler, Philip. 2012, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Larasati, Veronica. 2013. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffee Toffee Jatim Expo di Surabaya”, *Jurnal GEMA AKTUALITA*, Vol. 2 No. 2, Desember 2013.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Murti, Sasanti Herdina. 2012. “Pengaruh Dimensi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Katering Prima Semarang)”. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Purwati, dkk. 2012. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)”. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS) Politeknik Negeri Sriwijaya*. Vol. 2 (3), 260-277.
- Raharjani, Jeni. 2005. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)”. Dalam *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 2, No. 1 Hal 1-15.
- Rahman, Mohammad Rifki. 2015. “Pengaruh Pelayanan, Citra dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Kosumen Hotel Lor-in Solo”. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rini, Sutianingsih. 2010. “Analisis kualitas informasi keuangan terhadap kinerja dan kemampuan perusahaan mengakses modal eksternal”. *Jurnal Ekonomi dan bisnis* Vol. 5, No. 2, pp. 163-172.
- Sembiring, Inka Janita. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang)”. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta.
- Stanton, William J. 2006. *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2006. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Alfabeta, Bandung.
- Sulastiyono, Agus. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta, Bandung.
- Sofyan, Indra Lutfi, dkk. 2013. “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada *Star Clean Car Wash Semarang*”. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*. Tahun 2013. Hal. 1-12.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2012. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing, Malang.