

**ANALISIS PENGARUH BUKTI LANGSUNG, KEHANDALAN, DAYA TANGGAP,
JAMINAN DAN EMPATI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi kasus pada perusahaan Purwa Caraka Music Studio Cabang Setiabudi)**

**Puspita Tunjung Asri¹ , Edward Gagah Purwana Taunay, S.E., M.M²,
Leonardo Budi Hasiolan SE MM³**

¹ Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

^{2 3} Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

Purwacaraka Music Studio is a company dedicated in music education. PurwaCaraka Music Studio offers a variety of courses suitable for different ages. The formulation of the problem in this research is how the influence of Direct Evidence, Reliability, Responsiveness, Guarantee and Empathy to customer satisfaction.

The analysis technique used is Multiple Linear Regression. Based on the analysis results can be seen that X1 -0.321 shows the value of $t_{arithmetic}$ equal to $-0.321 < t_{table} 0.677$ with significance of 0.749. So reject the hypothesis that prove direct evidence affect customer satisfaction. X2 2.369 This shows the value of $t_{arithmetic}$ of $2.369 > t_{table} 0.677$ with significance 0.20. So accept a hypothesis that states reliability has a positive effect on customer satisfaction. X3 0.946 shows the value of $t_{arithmetic}$ of $0.946 > t_{table} 0.677$ with significance of 0.347. So reject the hypothesis that states responsiveness does not affect customer satisfaction. X4 -2,247 shows the value of $t_{arithmetic}$ equal to $-2.247 > t_{table} 0.677$ with significance of 0.027. So accept the hypothesis that assurance negatively affects customer satisfaction. X5 -0.495 This shows the value of $t_{arithmetic}$ of $-0.495 < t_{table} 0.677$ with significance of 0.621. So reject the hypothesis that empathy does not affect customer satisfaction.

PurwaCaraka Music Studio Setiabudi branch must improve the direct evidence, improve reliability, responsiveness and assurance and maintain empathy for consumers to feel satisfied in the services provided by the company.

Keywords : Direct Evidence, Reliability, Responsiveness, Warranty and Empathy, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian masyarakat saat ini semakin pesat, yang

menciptakan banyak persaingan, khususnya persaingan dalam usaha bisnis. Kini banyak perusahaan yang saling berlomba agar lebih unggul dari para pesaingnya. Hal ini pun memacu

perusahaan untuk lebih maju dalam memperbaiki bisnisnya. Perkembangan bisnis yang cepat menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut lebih untuk bersaing dalam memberikan layanan terbaik kepada para konsumen. Perusahaan yang sedang berkembang pun juga dituntut untuk dapat memperhatikan apa yang diinginkan oleh para konsumen.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono,2008).

Kepuasan pelanggan sangat penting demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu usaha. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola adalah dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan, karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi

pengelola Purwa Caraka Music Studio. Jika pelanggan merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh pengelola music studio, maka terdapat tiga kemungkinan yaitu berminat untuk melakukan pembelian ulang, mereka berminat untuk merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada teman dan saudaranya dan terakhir mereka akan loyal terhadap produk tersebut. Kesuksesan pengelola Purwa Caraka Music Studio dapat dicapai melalui pemfokusan pada kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Sebagai gambaran dapat dikemukakan pertimbangan-pertimbangan yang berhubungan dalam Purwa Caraka MusicStudio :

1. Kualitas produk dan layanan yang diberikan.
2. Cara dalam memberikan layanan tersebut.
3. Hubungan antar pribadi yang terbentuk, melalui layanan tersebut.

Perkembangan ekonomi, khususnya di kota Semarang saat ini ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat baik dalam segi pendidikan, budaya, pariwisata maupun perdagangan. Penduduk di kota ini semakin meningkat dari tahun ke tahun, kebutuhan konsumen dalam bidang pendidikan terutama pada sekolah musikpun juga ikut serta mengalami peningkatan. Peranan *music studio* saat ini terlihat dengan semakin bertambahnya

jumlah *music studio* yang ada dimana-mana. Untuk menghadapi persaingan, keberadaan *music studio* dan perkembangannya sangat di pengaruhi dalam segi pelayanan dan kepercayaan masyarakat agar memberikan kepuasan kepada konsumennya.

TINJUAN PUSTAKA

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Perusahaan menginginkan agar tujuan dapat tercapai. Oleh karena itu perlu adanya pengelolaan yang baik dalam seluruh kegiatan pemasaran dalam seluruh kegiatan pemasaran.

Adapun definisi manajemen pemasaran (Philip Kotler 2001 : 13) adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk tujuan mencapai objektif organisasi.

Falsafah konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan

sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Basu Swastha, 1996 : 18).

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Selain itu manusia juga memerlukan jasa untuk mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama di dalam pemasaran.

Menurut Djaslim Saladin (2004:134) pengertian jasa adalah sebagai berikut: "Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik."

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara

penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Oliver dalam Barnes (2003:64) “menyatakan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas

terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan pelanggan”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon terhadap hasil yang dirasakan oleh pelanggan atas kesesuaian harapan terkait dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan

HIPOTESIS

Berdasarkan perumusan masalah maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁= Bukti langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H₂= Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H₃= Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H₄= Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H₅= Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dalam populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari

adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2005 : 7). Dalam hal ini survei dilakukan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Purwa Caraka Music Studio Cabang Setiabudi. Hasil penelitian ini hanya terbatas pada obyek yang diteliti, jadi tidak berlaku umum.

Populasi dan Sampel

Populasi

Yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001 : 72). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pelanggan Purwa Caraka Music Studio

Cabang Setiabudi, yang berlokasi di Ruko Plaza Setiabudi A5 Semarang.

Sampel

Yang dimaksud dengan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2001 : 73).

Berdasarkan pengertian populasi yang telah disebutkan, maka jumlah anggota populasi dalam penelitian ini tidak dapat dihitung. Oleh karena itu untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus (Supramono dan Haryanto, 2005 : 62).

$$n = Z^{2a} \left[\frac{PxQ}{d^2} \right]$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z^{2a} = Z tabel dengan tingkat signifikansi tertentu.

Q = (1-P), proporsi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu.

P = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu.

d = Tingkat toleransi yang di toleransi.

Untuk lebih jelasnya akan diuraikan dalam perhitungan sebagai berikut, misal proporsi populasi yang diharapkan sebesar 50%, tingkat kesalahan sebesar 10%,

dengan tingkat kepercayaan sebesar = 1,96 dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh yaitu :

$$n = Z^{2a} \left[\frac{PxQ}{d^2} \right]$$

$$n = (1,96)^2 \left[\frac{0,50(1 - 0,50)}{0,10^2} \right]$$

$$n = 96,04$$

Hasil perhitungan 96,04 tersebut dibulatkan menjadi 100 agar memudahkan pembagian. Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan 100 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap bahwa dengan cara demikian dapat memperoleh informasi yang benar dan mencerminkan populasinya (Soehardi Sigit, 1999 : 68).

Pertimbangan-pertimbangan tersebut ialah pelanggan Purwa Caraka Music Studio Cabang Setiabudi yang menggunakan layanan Purwa Caraka berlokasi di Ruko Plaza Setiabudi A5 Semarang lebih dari 1 kali.

Uji t

Untuk mengetahui apakah bukti langsung, kehandalan, daya tanggap,

jaminan dan empati secara *parsial* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan uji t. Hal ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Perumusan Hipotesis

H₁ = Bukti langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

H₂ = Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

H₃ = Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

H₄ = Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

H₅ = Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

Mencari nilai t_{tabel} dengan rumus $(n-2; \alpha/2)$ dengan taraf signifikansi 5%.

Dimana : n = Sampel penelitian
 k = Jumlah variabel bebas.

Menghitung nilai t_{tabel} dengan rumus (Sudjana, 2002 : 388):

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb}$$

Dimana : b = Koefisien regresi

sb =

Standart error of regresi

Membuat keputusan terhadap hipotesis dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan cara sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_A diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti langsung keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara *parsial* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_A diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara *parsial* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar,1998:49). Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan Alpha Cronbach (Nurgiyantoro,2000:310).

Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha < 0,60 =$ tidak reliable

Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel dalam penelitian ini telah terdistribusi normal . Model yang baik adalah yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal (Ghozzali, 2001). Hasil uji normalitas data dengan grafik plot menunjukkan titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan data terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi apakah kesalahan pengganggu dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi yang lain. Dari scatterplots terlihat titik-titik menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi gejala multikolinearitas di hitung menggunakan collinearity statistics dengan melihat Variance Inflation Factor (VIF), pada perhitungan ini semua variabel independen tidak memiliki nilai VIF melebihi nilai 10, maka data bebas dari multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan berdasarkan teori. Alat hitung menggunakan SPSS Ver.20.

Persamaan regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 12,615 - 0,46X_1 + 0,347X_2 + 0,175X_3 - 0,353X_4 - 0,068X_5$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut dijabarkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstan 12,615 mempunyai arti apabila nilai variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati adalah tetap maka variabel kepuasan pelanggan positif dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
- b. X_1 -0,46 memiliki arti bahwa bukti langsung tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, arah negatif dengan nilai signifikansi $0,749 > 0,05$ berarti tidak signifikan.
- c. X_2 0,347 memiliki arti bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$.

- d. X3 0,175 memiliki arti bahwa daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan arah positif dan nilai signifikansi $0,347 > 0,05$ berarti tidak signifikan.
- e. X4 -0,353 memiliki arti bahwa jaminan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$.
- f. X5 -0,068 memiliki arti bahwa empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan arah negatif serta nilai signifikansi $0,621 > 0,05$ berarti tidak signifikan.

Uji Goodness Of Fit

Uji goodness of fit digunakan untuk melihat kemampuan bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada Adjusted R square sebesar 0,285. Nilai ini menunjukkan bahwa bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mampu menjelaskan motivasi kerja sebesar 28,5% sementara

71,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara *parsial* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu dengan melakukan uji t. Hal ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

PENUTUP

Hasil penelitian mengenai pengaruh bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan disimpulkan sebagai berikut :

- a. X1 -0,321 ini menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0,321 < t_{tabel} 0,677$ dengan signifikansi 0,749. Sehingga menolak hipotesis yang menyatakan bukti langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. X2 2,369 ini menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,369 > t_{tabel} 0,677$ dengan signifikansi 0,20. Sehingga menerima hipotesis yang menyatakan kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

- c. X3 0,946 ini menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $0,946 > t_{tabel}$ 0,677 dengan signifikansi 0,347. Sehingga menolak hipotesis yang menyatakan daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- d. X4 -2,247 ini menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-2,247 > t_{tabel}$ 0,677 dengan signifikansi 0,027. Sehingga menerima hipotesis yang menyatakan jaminan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.
- e. X5 -0,495 ini menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0,495 < t_{tabel}$ 0,677 dengan signifikansi 0,621. Sehingga menolak hipotesis yang menyatakan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dapat dilakukan beberapa masukan atau saran untuk Purwa Caraka Music Studio cabang Setiabudi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak positif, antara lain adalah :

1. Purwa Caraka Music Studio cabang Setiabudi sebaiknya

berupaya untuk memperbaiki bukti langsung baik dalam tampilan fisik (penampilan gedung) maupun dalam sarana komunikasi agar pelanggan merasa puas didalam pelayanan.

2. Purwa Caraka Music Studio cabang Setiabudi lebih meningkatkan kehandalan agar menimbulkan kepuasan sehingga pelanggan merasakan manfaat dari perusahaan.
3. Purwa Caraka Music Studio cabang Setiabudi sebaiknya juga meningkatkan daya tanggap karena kecepatan dalam memberikan pelayanan memberikan nilai lebih bagi konsumen karena dapat menghemat waktunya, dana serta dapat melakukan aktivitas yang lainnya, atau bisa terbantu dengan kecepatan dalam memberikan pelayanan.
4. Purwa Caraka Music Studio cabang Setiabudi lebih meningkatkan jaminan sehingga dapat memberikan dampak positif dalam pengetahuan dan rasa hormat para karyawan agar mampu

memberikan pelayanan pada konsumen.

5. Purwa Caraka Music Studio cabang Setiabudi sebaiknya mempertahankan empati / rasa peduli dalam memberikan perhatian terhadap pelanggan agar selalu merasa puas dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*. Yogyakarta.
- Engel. James F., Dkk. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Edisi Keenam. Jakarta. Binarupsa Aksara.
- Umar, Husein. 1997. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi I. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Daniel, Mc. *Pemasaran*. 2001. Edisi I. Salemba Empat, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 1984. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Keempat. Jakarta. LP3ES.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta. Gramedia.
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi milenium. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- , . 2002. *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi milenium. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Nurgiyantoro. 2000. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu*

Sosial. Yogyakarta: Gajah Mada
University Press.

Supranto. 1997. *Pengukuran Tingkat
Kepuasan Pelanggan*. Rineka
Cipta. Jakarta

Supardi,dkk.2014.Analisis Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada PT.Bank Sinar Mas
Cabang Gorontalo. Universitas
Gorontalo. Unpublished.

-----,. 2004. *Service Quality &
Satisfaction*. Yogyakarta:Andi
Offset.

-----,. 1997. *StrategiPemasaran*.
Yogyakarta:Andi Offset.

Umar, Husein. 2004.
*MetodologiPenelitianUntukSkripsi
idanTesisBisnis*.
Jakarta: PT. Raja
GrafindoPersada.

Zeithaml,L.Valerie A, Parasuraman, 1988.
*Servqual:Amultiple item scale for
measuring consumer perception
for service quality, journal and
retailing,vol.64,spring,pg.12-40*.