
**PENGARUH MUTU PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA KOPERASI SEPAKAT JAYA MANDIRI
DI BANDAR LAMPUNG**

Sodirin

Universitas Sang Bumi Ruwai Jurai
Jl. Imam Bonjol No 468 , Bandar Lampung 35145, Lampung
Telepon: (0721) 265734, Fax: (0721) 257838

ABSTRACT

Cooperative Agree Bandar Lampung Jaya Mandiri is engaged in cooperative savings and loans, credit and provision of basic food items. Confidence in implementing cooperative systems provide capital loans to its members, so it does not need any guarantee or collateral. Problems faced by Cooperative Agree Jaya Mandiri Bandar Lampung is the number of cooperative members are steadily decreasing from 2001 until 2010. The problems are formulated: Is the consumer's perception of Cooperative Agree Jaya Mandiri Belfast on dimensions of quality of service that consists of physical evidence (tangibles), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance), and empathy (empathy) affect the customer satisfaction? The purpose of this thesis is to investigate the effect of consumer perceptions of Cooperative Agree Jaya Mandiri Belfast on dimensions of quality of service consisting of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy towards customer satisfaction, and as a contribution to the cooperative thinking in its efforts to provide the best service to members. The hypothesis put forward by the author are: the quality dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy at the Cooperative Agree Jaya Mandiri Bandar Lampung effect on customer satisfaction. Conclusions can be drawn that the hypothesis of the authors received, that there is influence between the services of Cooperative Agree Jaya Mandiri Belfast are: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty of member satisfaction. It is based on Chi Square test with 95% confidence level and degrees of freedom 4, X^2_{hitung} each factor that is Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty $> X^2$ table, so H_0 rejected and H_a accepted.

Keywords: Quality of Service and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih

baik, harga yang lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Pelanggan memang harus mampu dipuaskan, sebab kalau tidak puas maka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada akhirnya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian.

Kepuasan pelanggan yang tercipta akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan atau unit usaha yang bersangkutan. Hal ini dapat menunjang tergalinya permintaan yang diinginkan oleh perusahaan melalui kegiatan pemasaran, dimana perusahaan harus dapat menerapkan kebijaksanaan pemasaran yang mengarah pada konsep pemasaran, sehingga tujuan umum pendirian perusahaan yaitu mengoptimalkan laba dapat tercapai.

Produk merupakan alat pemuas kebutuhan manusia, namun hal ini tidak dapat terpenuhi tanpa adanya proses produksi dari faktor-faktor produksi. Faktor-faktor produksi yang bersifat terbatas sementara kebutuhan manusia tak terbatas akan sangat memungkinkan terjadinya kesenjangan pemuas kebutuhan. Faktor-faktor produksi antara lain adalah sumber daya alam, sumber daya manusia, modal, keusahawanan (*interferensip*), serta teknologi. Khusus untuk faktor produksi modal, faktor produksi ini dapat diperoleh melalui pinjaman modal yang dapat diperoleh melalui lembaga penyalur kredit seperti bank, pegadaian, *finance/leasing*, *rentenir*, dan koperasi. Pinjaman modal yang diberikan pada umumnya memiliki sistem pembayaran kredit dengan tingkat suku bunga (sewa modal) dan jangka waktu pengembalian tertentu serta

prosedur-prosedur tertentu seperti ada tidaknya agunan/jaminan.

Koperasi merupakan salah satu contoh lembaga penyalur kredit yang memberikan pinjaman modal kepada anggotanya. Koperasi yang memiliki tujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, mempunyai beberapa nilai-nilai dasar yang melekat pada diri koperasi. Nilai-nilai dasar koperasi itu antara lain seperti kekeluargaan, kesetiakawanan, keadilan, gotong royong, demokrasi, dan kebersamaan. Menurut UU nomor 25 / 1992 pasal 1 tentang perkoperasian, mendefinisikan koperasi sebagai berikut: Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasar atas azas kekeluargaan.

Berdasarkan pengertian di atas maka Koperasi Indonesia mengandung 5 unsur yaitu: 1) Koperasi adalah Badan Usaha; koperasi sebagai badan usaha harus memperoleh laba. Laba merupakan elemen kunci dalam sistem usaha bisnis, dimana sistem itu akan gagal bekerja tanpa memperoleh laba. 2) Koperasi adalah kumpulan orang-orang dan atau badan-badan hukum koperasi; koperasi

Indonesia bukanlah sebagai kumpulan modal. UU nomor 25 tahun 1992 pasal 6 memberikan jumlah minimal anggota yang ingin membentuk organisasi koperasi. Koperasi primer memiliki jumlah minimal 20 orang dan 3 Badan Hukum Koperasi untuk koperasi sekunder. 3) Koperasi Indonesia adalah koperasi yang bekerja berdasarkan "prinsip-prinsip koperasi"; prinsip-prinsip Koperasi Indonesia yang berlaku saat ini di Indonesia antara lain keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilakukan secara demokratis, pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing, pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, kemandirian, pendidikan perkoperasian, dan kerja sama antar koperasi. 4) Koperasi Indonesia adalah "Gerakan Ekonomi Rakyat"; Koperasi Indonesia merupakan bagian dari sistem perekonomian nasional. Kegiatan usaha koperasi tidak semata-mata hanya ditujukan kepada anggota, tetapi juga kepada masyarakat umum. 5) Koperasi Indonesia "berazaskan kekeluargaan"; keputusan yang berkaitan dengan usaha dan organisasi dilandasi dengan jiwa kekeluargaan. Segala keputusan yang diambil berdasarkan musyawarah dan

mufakat. Inti dari azas kekeluargaan adalah adanya rasa keadilan dan cinta kasih dalam setiap aktivitas yang berkaitan dengan kehidupan berkoperasi. Koperasi Sepakat Jaya Mandiri merupakan salah satu koperasi yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam, dimana koperasi ini menerapkan sistem kepercayaan dalam memberikan pinjaman modal, sehingga tidak diperlukan adanya jaminan atau agunan. Keuntungan koperasi yang diperoleh disebut sebagai Sisa Hasil Usaha (SHU). SHU merupakan selisih antara penerimaan/pendapatan yang diperoleh dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan usaha. Penerimaan koperasi diperoleh dari pelayanan anggota dan masyarakat. Setiap anggota yang memberikan partisipasi aktif dalam usaha koperasi akan mendapatkan bagian SHU yang lebih besar daripada anggota yang pasif. Berikut merupakan data SHU kotor yang diperoleh Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung tahun 2009 sampai dengan tahun 2010, penjualan kredit Koperasi Sepakat Jaya Mandiri selama tahun 2010, dan jumlah anggota Koperasi Sepakat Jaya Mandiri dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2010 :

Tabel 1. Perkembangan SHU Kotor Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Tahun 2009 - Tahun 2010

Bulan	Tahun 2009		Tahun 2010	
	Jumlah (Rp)	Perubahan (%)	Jumlah (Rp)	Perubahan (%)
Januari	38.426.064	-	50.122.764	-
Februari	39.166.969	1,93	51.089.024	1,93
Maret	39.445.331	0,71	51.323.799	0,45
April	40.681.531	3,13	53.735.596	4,69
Mei	41.602.598	2,26	55.196.967	2,72
Juni	43.339.815	4,17	56.677.384	2,68
Juli	44.219.167	2,03	58.211.508	2,71
Agustus	45.001.005	1,77	57.631.530	-0,99
September	48.688.853	8,19	58.901.362	2,20
Oktober	46.880.896	-3,71	58.538.157	-0,62
November	49.664.312	5,94	60.015.970	2,52
Desember	52.174.335	5,05	60.173.012	0,26
Rata-Rata		2,86		1,69

Sumber: Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung Tahun 2011

Tabel 2 . Perkembangan Penjualan Kredit Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung selama tahun 2010

Bulan	Penjualan (Rp)	Perubahan (%)
Januari	290.730.000	-
Februari	296.300.000	1,91
Maret	297.530.000	0,41
April	310.940.000	4,51
Mei	318.760.000	2,51
Juni	327.590.000	2,77
Juli	338.040.000	3,19
Agustus	333.920.000	-1,22
September	342.600.000	2,60
Oktober	341.120.000	-0,43
November	350.180.000	2,65
Desember	351.800.000	0,46
Rata-Rata		1,76

Sumber: Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung Tahun 2011

Tabel 3. Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung Tahun 2005 - Tahun 2010

Tahun	Jumlah (Orang)	Perubahan (%)
2005	744	-
2006	714	-0,53
2007	662	-0,92
2008	564	-1,76
2009	445	-2,18
2010	300	-2,71
Rata-Rata		-1,62

Sumber: Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung Tahun 2011

Tabel 1 menunjukkan bahwa SHU kotor yang diperoleh Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung selama tahun 2009 dan tahun 2010 mengalami perkembangan yang fluktuatif dengan rata-rata perkembangan SHU kotor sebesar 2,86 % dan 1,69 % per bulan. Tabel 2 menunjukkan bahwa penjualan kredit Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung selama tahun 2010 mengalami perkembangan yang berfluktuasi dengan rata-rata 1,76 % per bulan. Tabel 3 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah anggota Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung mengalami penurunan dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2010 dengan rata-rata -1,62 % per tahun.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan mengadakan riset lapangan dalam rangka mendapatkan

data-data dari Koperasi Sepakat Jaya Mandiri di Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan secara langsung ke Koperasi Sepakat Jaya Mandiri di Bandar Lampung dengan langkah-langkah : a) *Observasi*, yaitu pengamatan langsung guna menguji kebenaran hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya hingga diperoleh bukti dan fakta empiris dari Koperasi Sepakat Jaya Mandiri di Bandar Lampung. b) *Wawancara*, dilakukan dengan cara bertemu langsung dan bertanya secara langsung dengan Pelanggan (Anggota) Koperasi Sepakat Jaya Mandiri. c) *Kuesioner*, yaitu melakukan penyebaran daftar pertanyaan yang diajukan kepada Pelanggan (Anggota) Koperasi Sepakat Jaya Mandiri di Bandar Lampung. d) *Dokumentasi*, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian

melalui catatan-catatan atau yang lainnya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Metode pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara tidak mengikutsertakan kesempatan seluruh populasi dalam pengambilan sampelnya. Penunjukan anggota sebagai sampel dilakukan oleh penulis dengan cara menunggu anggota koperasi yang akan melakukan pinjaman modal di kantor koperasi selama bulan Agustus 2010 sampai dengan April 2011, dan menunggu anggota yang hadir di ruang aula koperasi pada saat koperasi melakukan Rapat Anggota Tahunan (RAT) pada bulan Desember 2010. Selanjutnya kuesioner akan diberikan dan diisi oleh para anggota yang datang untuk melakukan pinjaman modal ke kantor koperasi, dan para anggota yang hadir pada saat RAT. Subjek yang diteliti yakni Anggota Koperasi Sepakat Jaya Mandiri yang berjumlah 300 orang dan diambil sampelnya 10% dari jumlah Anggota seluruhnya yakni 30 Orang Anggota (*Responden*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Chi Square* dan Koefisien Kontingensi

Faktor *Tangible*

Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa ada hubungan antara *tangible* dengan kepuasan anggota sebesar 21,287, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi (kelengkapan dan kecanggihan) peralatan, penampilan pegawai koperasi, kemudahan memperoleh formulir peminjaman, dan kemudahan untuk mengisi dan menggunakan formulir peminjaman mempengaruhi kepuasan anggota.

Faktor *Reliability*

Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kehandalan dengan kepuasan anggota sebesar 17,358, maka dapat disimpulkan bahwa ketepatan pencatatan (keuangan, dokumentasi, administrasi), keramahan pegawai koperasi, kecepatan proses pelayanan, dan pemberian informasi tentang cara melakukan transaksi mempengaruhi kepuasan anggota. Hubungan antara *reliability* dengan kepuasan anggota adalah lemah, sehingga apabila pelayanan pada faktor *reliability* ditingkatkan maka kepuasan anggota tidak akan meningkat.

Faktor *Responsiveness*

Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh antara daya tanggap (*responsiveness*) pegawai

koperasi terhadap kepuasan anggota sebesar 16,444, maka dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* mempengaruhi kepuasan anggota. Hubungan antara faktor *responsiveness* dengan kepuasan anggota adalah lemah. Hal ini berarti bahwa apabila pelayanan pada faktor *responsiveness* ditingkatkan, maka kepuasan anggota tidak akan mengalami peningkatan.

Faktor Assurance

Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *assurance* dengan kepuasan anggota sebesar 28,503. Hubungan antara faktor *assurance* dengan kepuasan anggota adalah sedang. Hal ini berarti bahwa apabila pelayanan pada faktor *assurance* ditingkatkan maka kepuasan anggota bisa mengalami peningkatan atau tidak.

Faktor Emphaty Hipotesis

Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *emphaty* dengan kepuasan anggota sebesar 29,734. Hubungan antara faktor *emphaty* dengan kepuasan anggota adalah sedang. Hal ini berarti bahwa apabila pelayanan pada faktor *emphaty* ditingkatkan maka kepuasan anggota bisa mengalami peningkatan atau tidak.

Faktor 5 (lima) Dimensi

(Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy) Pelayanan Jasa

Pengaruh 5 dimensi kualitas pelayanan jasa menggunakan *Chi Square* terlihat dimana χ^2_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 4 diketahui sebesar 9,488, dan χ^2_{hitung} didapat sebesar 24,179. Dengan demikian hipotesis diterima, karena $\chi^2_{\text{hitung}} > \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yakni 5 dimensi kualitas pelayanan jasa pada Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung mempengaruhi kepuasan anggota. Hasil perhitungan koefisien kontingensi sebesar 0,445, dengan C_{maksimum} adalah sebesar 0,816. Nilai perbandingan antara koefisien kontingensi dengan C_{maksimum} adalah sebesar 0,545 sehingga hubungan antara dua faktor tersebut adalah sedang. Penilaian kualitas pelayanan pada Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung lebih banyak mengikutsertakan anggotanya dalam proses evaluasinya. Hal ini disebabkan karena anggota merupakan pihak yang berkaitan langsung terhadap pelayanan yang diberikan koperasi. Anggota koperasi merupakan pihak yang dapat menentukan kualitas pelayanannya seperti apa dan hanya mereka yang dapat

menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka. Adapun lima kriteria penentu kualitas pelayanan jasa mencakup 5 hal, antara lain :*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Analisis menggunakan *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh antara faktor 5 dimensi pelayanan jasa terhadap kepuasan anggota sebesar 24,179. Hubungan antara faktor 5 dimensi pelayanan jasa dengan kepuasan anggota adalah sedang. Hal ini berarti bahwa apabila pelayanan pada faktor 5 dimensi pelayanan jasa ditingkatkan maka kepuasan anggota bisa mengalami peningkatan atau tidak.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yakni memang ada pengaruh antara pelayanan jasa yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap kepuasan anggota. Hal ini berdasarkan perhitungan menggunakan *Chi Square* dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 4, χ^2_{tabel} sebesar 9,488. maka diketahui bahwa: a) Faktor *Tangible* $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena χ^2_{hitung} didapat sebesar 21,287. b) Faktor

Reliability $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena χ^2_{hitung} didapat sebesar 17,358. c) Faktor *Responsiveness* $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena χ^2_{hitung} didapat sebesar 16,444. d) Faktor *Assurance* $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena χ^2_{hitung} didapat sebesar 28,503. e) Faktor *Emphaty* $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena χ^2_{hitung} didapat sebesar 29,734. f) Faktor 5 dimensi mutu pelayanan jasa $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena χ^2_{hitung} didapat sebesar 24,179.

Pelayanan jasa yang diberikan oleh Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung secara keseluruhan dinilai baik. Hal ini terlihat dari jawaban responden, memberikan nilai yang paling tinggi pada masing-masing variabel kualitas jasa untuk jawaban baik, yaitu 45,7% *Tangible*, 53,1% *Reliability*, 48,7% *Responsiveness*, 52% *Assurance*, 46,3% *Emphaty*, dan 61% untuk faktor kepuasan.

Perhitungan Koefisien Kontingensi antara pelayanan jasa yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* terhadap kepuasan anggota, diketahui bahwa hasil perhitungan Koefisien Kontingensi pada *Tangible* sebesar 0,442,

Reliability sebesar 0,387, *Responsiveness* sebesar 0,379, *Assurance* sebesar 0,475, *Emphaty* sebesar 0,483, dan 5 dimensi kualitas pelayanan jasa sebesar 0,445. Nilai Cmaksimum adalah sebesar 0,816. Nilai perbandingan antara C dengan Cmaksimum adalah : a) Faktor *Tangible* sebesar 0,517 yang berarti hubungan antara faktor *Tangible* dengan kepuasan anggota adalah sedang. b) Faktor *Reliability* sebesar 0,474 yang berarti hubungan antara faktor *Reliability* dengan kepuasan anggota adalah lemah. c) Faktor *Responsiveness* sebesar 0,464 yang berarti hubungan antara faktor *Responsiveness* dengan kepuasan anggota adalah lemah. d) Faktor *Assurance* sebesar 0,582 yang berarti hubungan antara faktor *Assurance* dengan kepuasan anggota adalah sedang. e) Faktor *Emphaty* sebesar 0,592 yang berarti hubungan antara faktor *Emphaty* dengan kepuasan anggota adalah sedang. f) Faktor 5 dimensi mutu pelayanan jasa sebesar 0,545 yang berarti hubungan antara faktor 5 dimensi mutu pelayanan jasa dengan kepuasan anggota adalah sedang.

Berikut ini beberapa saran kepada Koperasi Sepakat Jaya Mandiri Bandar Lampung guna meningkatkan mutu pelayanan jasa, antara lain: 1) Melakukan perbaikan layanan, yaitu Koperasi perlu

memberikan perhatian lebih pada fasilitas pendukung, seperti menambah kualitas dan kuantitas peralatan yang telah dimiliki, ketersediaan formulir peminjaman dan kesederhanaan pengisian formulir peminjaman modal tersebut. 2) Meningkatkan pelayanan dalam hal kemampuan Koperasi dalam penetapan jumlah modal, kejujuran dan kesopansantunan pegawai agar mampu menciptakan rasa kepercayaan anggota terhadap Koperasi. 3) Meningkatkan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada anggota dengan harapan agar dapat lebih memahami keinginan dan kebutuhan anggota Koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Chandra, Gregorius. 2001. *Strategi dan Program Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Alih Bahasa A.B. Susanto. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Terjemahan)*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta

- Nazir, Mohammad. 1998. Metodologi Penelitian. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. 2001. Koperasi: Teori dan Praktik. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Stanton, Wiliam J. 2000. Prinsip Pemasaran (Terjemahan). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2001. Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
- Swastha DH, Basu dan Irawan. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, dan Anastasia Diana. 1998. Total Quality Management. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. Metode Riset Bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.