

# Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe

**Abstract:** Competition from shipping companies is tight, encouraging shipping companies to provide satisfaction to consumers. Shipping prices and service quality are factors considered by consumers in choosing courier services. Relatively cheap shipping prices are affordable to consumers and competitive, as well as service quality related to the company's reliability in promising timely delivery estimates that are sent to consumers. This study aims to analyze the effect of price and service quality on consumer satisfaction at ID Express services in Lhokseumawe City. The sampling technique used was random sampling method, the number of samples used was 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis which was processed using SPSS software. The data collection technique used a questionnaire. The results showed that shipping prices did not have a significant effect on customer satisfaction while service quality had a significant effect on customer satisfaction at ID Express Services in Lhokseumawe City.

**Keywords:** Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

Siti Maimunah<sup>1</sup>, Yohana Dian Putri<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Malikussaleh

Fakultas Teknik  
Universitas Malikussaleh

\*Correspondent:  
[sitimaimunah@unimal.ac.id](mailto:sitimaimunah@unimal.ac.id)

## PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi membantu banyak orang dalam hal perdagangan maupun transaksi, hal ini juga diikuti dengan perkembangan bisnis melalui media internet atau dikenal dengan istilah e-commerce. E-commerce merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis melalui browser web atau aplikasi untuk membeli dan menjual suatu produk. Seiring dengan berkembangnya bisnis e-commerce di Indonesia membuka peluang dan pangsa pasar bagi perusahaan ekspedisi. Jasa ekspedisi adalah suatu kegiatan usaha bidang jasa dalam mengantarkan barang atau dokumen ke berbagai lokasi tujuan dengan berbagai alat transportasi modern. Beragamnya perusahaan ekspedisi menimbulkan persaingan untuk menjadi perusahaan yang terbaik dan termurah. Persaingan antara perusahaan-perusahaan ekspedisi semakin sengit dimana pelanggan akan lebih mengutamakan untuk memilih perusahaan yang menyediakan akses informasi yang tersedia dengan cepat.

ID Express merupakan salah satu perusahaan ekspedisi yang melakukan sistem pemasarannya dengan cara bermitra dengan e-commerce yang ada di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak dan e-commerce lainnya. ID Express melakukan kerjasama dengan banyak e-commerce dan online store ternama dikarenakan ID Express mampu menyediakan layanan pengiriman barang yang sangat cocok untuk kebutuhan dari para pembisnis. Perusahaan ekspedisi dituntut untuk dapat mengantarkan setiap pesanan dalam waktu yang relative singkat sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang berbelanja ditoko online menginginkan setiap transaksi yang dilakukan dapat sesegera mungkin untuk memperoleh barang-barang yang dibelinya. Suatu produk atau jasa yang dapat memuaskan konsumen apabila produk atau jasa tersebut sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan dari produk atau layanan yang diinginkan (Sudirman, 2020). Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi tidak terlepas dari pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi juga dilihat dari kebijakan perusahaan ekspedisi dalam penetapan harga. Harga sebuah produk merupakan faktor penentu permintaan tersebut. Hal ini menjadi faktor penting yang perlu mendapat perhatian dari perusahaan setiap harga yang dibayar oleh konsumen selalu terkait dengan upaya memperoleh benefit dari setiap produk yang dibeli (Kotler & Armstrong, 2012).

Kualitas pelayanan jasa merupakan tindakan seseorang kepada orang lain melalui penyajian produk atau jasa untuk memenuhi keinginan dan harapan orang yang dilayani, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan yang sesuai dengan harapan.

Tabel 1. Perbandingan Tarif Harga

Ekspedisi	Harga / 1 kg	Estimasi Pengiriman
J&T	Rp.29.000	2 hari
JNE	Rp.28.000	2-3 hari
Sicepat	Rp.27.000	2-3 hari
ID Express	Rp. 26.000	2-3 hari

Sumber : Hasil Survey (2022).

Berdasarkan perbandingan harga ongkos pengiriman dari beberapa jasa ekspedisi yang ada dikota Lhokseumawe dengan tujuan yang sama yaitu Lhokseumawe–Medan. Dengan perbandingan harga yang tertera pada tabel 1.1 jasa ekspedisi J&T memiliki tarif harga Rp.29.000/kg dengan estimasi pengiriman dua hari, selanjutnya jasa ekspedisi JNE memiliki tarif hargaRp.28.000/kg, dengan estimasi waktu pengiriman dua sampai tiga hari, kemudian jasa ekspedisi Sicepat memiliki tarif harga Rp.27.000/kg dengan estimasi pengiriman satu sampai dua hari dan selanjutnya ID Express memiliki tarif harga Rp.26.000/kg dengan estimasi waktu pengiriman dua sampai tiga hari.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kepuasan Konsumen

Menurut (Sudirman, 2020) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Wilkie, 2014) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

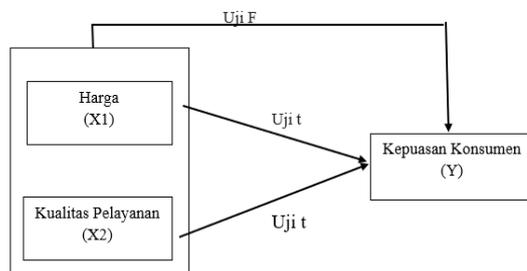
### Kualitas Pelayanan

Menurut (Lupiyoadi, 2001) kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada orang lain melalui penyajian produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan orang yang dilayani terutama dibidang jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan pelayanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* (pangsa pasar) suatu produk (Ameliany,2018).

## Harga

Menurut (Alma, 2006) Harga merupakan suatu alat pemasaran yang digunakan oleh suatu organisasi (*marketing objective*). Harga sebuah produk merupakan faktor penentu permintaan tersebut. Hal tersebut menjadi faktor penting yang perlu mendapat atensi dari perusahaan. Setiap harga yang dibayar oleh konsumen selalu terkait dengan upaya memperoleh benefit dari setiap produk yang dibeli (Kotler & Amstrong, 2012).

## Kerangka Konseptual



Gambar 1  
Kerangka Konseptual

## HIPOTESIS:

- H1 : Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe.
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe.
- H3 : Harga dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe.

## METODE PENELITIAN

### Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). jumlah populasi pengguna jasa ekspedisi ID Express pada tahun 2021 berjumlah 142.625 orang. Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah populasi yang memilih karakteristik yang sama dari populasi tersebut. Sampel ialah kumpulan elemen yang merupakan bagian kecil dari populasi (Suharso, 2012). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin, maka dapat diketahui jumlah sampel yang akan diteliti adalah 99,93 sampel yang dibulatkan menjadi 100 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia 18-25 tahun sebanyak 96 orang (96%) dan responden berusia 26-35 tahun sebanyak 4 orang (4%). Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan didominasi oleh tingkat S1 sebanyak 49 orang (49%) dan diikuti tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 45 orang (45%). Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh Mahasiswa/pelajar sebanyak 75 orang (75%) dan diikuti dengan tingkat pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 20 orang (20%).

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas menggunakan rumus kolerasi product moment, jika hubungan setiap pernyataan dengan hasil pernyataan memiliki tingkat sig < 5% dan r hitung > r table (Ghozali,2011), maka pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan semua variabel baik itu harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen semua datanya valid. Hal ini terlihat dari nilai signifikan dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki nilai dibawah 5% serta R<sub>hitung</sub> lebih besar dari R<sub>tabel</sub> atau R<sub>hitung</sub> diatas 0,195. Sehingga bisa disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini valid.

#### Uji Reliabilitas

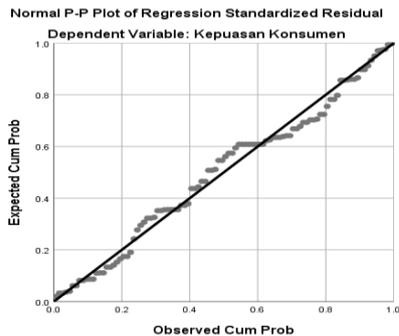
Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian Cronbach Alpha digunakan untuk menguji tingkat keandalan (*reliability*) dan masing-masing angket variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha > 0.60 (Nunnally, 1960 dalam Apriandi, 2012). Berdasarkan semua variabel baik itu Harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen semua datanya reliabel. Hal ini bisa dilihat dari nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini lolos dari pengujian reliabilitas.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi suatu variabel independen maupun variabel dependen ataupun

keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas dapat dilakukan *normality probability plot* (Ghozali, 2018). Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah seperti gambar berikut:



Gambar 2. Uji Normality Probability Plot

Berdasarkan hasil uji normalitas data menggunakan grafik *normality probability plot* pada gambar di atas, maka dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian terdistribusi normal.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Secara Parsial (Uji t)**

Uji secara parsial pada dasarnya bertujuan untuk menguji secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang dihasilkan dari pengujian hipotesis lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji parsial dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis : Variabel Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat dari nilai t hitung < t tabel ( $0.868 < 1.98472$ ) dengan signifikan  $0.388 > 0.05$ . Maka hipotesis H1 di tolak. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Pengujian hipotesis: Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini terlihat dari nilai t hitung > t table ( $9.283 > 1.98472$ ) signifikan  $0.000 < 0.05$ . Maka hipotesis H2 diterima yang menyatakan bahwa Kualitas

Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F table, taraf signifikansi F table 0.05 (5%) (Ghozali, 2018). Dengan numerator ( $k-1 = 3-1 = 2$ ) dan denominatornya ( $n-k = 100-2 = 98$ ) diperoleh F table sebesar 3.09 dan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atas Kepuasan Konsumen yang terdiri dari variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	426.543	2	213.271	81.866	.000
Residual	252.697	97	2.605		
Total	679.240	99			

Sumber: Data diolah (2022)

Dari tabel 2 tersebut, dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 81.866 dengan hasil signifikan 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F table yaitu  $81.866 > 3.09$ . Jika menggunakan batas signifikansi  $0.000 < 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara Bersama-sama (simultan) mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R-square*. Hasil perhitungan *adjusted R-square* dalam penelitian ini adalah seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 <sup>a</sup>	.628	.620	1.61404
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada table 3, maka dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (adjusted R-Square) yang diperoleh adalah sebesar 0,620. Hal ini menunjukkan bahwa 62% kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 38% kepuasan konsumen pada ID Express kota Lhokseumawe dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Regresi Linier Berganda**

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2.412	1.357		1.778	.079
Harga	.071	.082	.070	.868	.388
Kualitas Pelayanan	.615	.066	.746	9.283	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber : Data diolah (2022)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, apakah memiliki hubungan positif atau negatif. Berdasarkan hasil uji secara parsial pada tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2.412 + 0,071 X1 + 0,615 X2 + e$$

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 2.412 hasil ini menunjukkan bahwa jika Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dianggap konstan, maka besarnya kepuasan konsumen dalam menggunakan ekspedisi ID Express adalah sebesar 2.412 pada satuan likert.
- b. Koefisien regresi Harga (X1) sebesar 0.071 artinya setiap 1% perubahan atau perbaikan pada variabel Harga, maka secara relative akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 7,1%.
- c. Koefisien Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,615 artinya setiap 1% perubahan atau perbaikan pada variabel Kualitas Pelayanan, maka secara relative akan meningkatkan Kepuasan Konsumen 61,5%.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan onsumen Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe**

Berdasarkan hasil penelitian variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe telah terbukti melalui pengujian hipotesis. Melalui uji-t dengan nilai signifikan 0.388 tingkat kekeliruan 5% (a=0.05), diputuskan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe.

Hal ini memberikan bukti empiris bahwa Harga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe. Ini disebabkan oleh harga yang ditetapkan oleh ID Express tidak menunjukkan perbedaan dengan perusahaan jasa ekspedisi lainnya. Harga menjadi salah satu indikator kepuasan konsumen, dari keterjangkauan harga, daya saing harga,dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa dan fasilitas yang dirasakan oleh konsumen, Hal ini tentu akan menimbulkan rasa kepuasan dari seorang konsumen. Maka dari itu harga sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan agar dapat bersaing dengan jasa ekspedisi lainnya.

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe**

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe, telah terbukti melalui pengujian hipotesis. Melalui uji-t dengan nilai signifikan 0.000 tingkat kekeliruan 5% ( $\alpha=0.5$ ), diputuskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe.

Kualitas pelayanan memiliki lima indikator yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu kehandalan, kesiapan, kompetensi, akses, kesopanan. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden dari setiap item pertanyaan pernyataan kuesioner yang mempunyai nilai rata-rata yang tinggi artinya rata-rata responden menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan kuesioner variabel kualitas pelayanan. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu konsumen ID Express menyatakan bahwa pelayanan ID Express sangat baik, mereka mau melakukan pengantaran paket hingga malam hari.

## **Pengaruh Harga (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pada Jasa ID Express Kota Lhokseumawe**

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independent yang terdiri dari harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 81.866 dengan nilai signifikan 0.000. Oleh karena signifikan kurang dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dapat menggambarkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada jasa ID Express. Artinya apabila harga dan kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan

pada ID Express kota Lhokseumawe akan mengalami peningkatan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil pengujian yang telah diuraikan terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam hipotesis penelitian dengan menggunakan uji regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1): Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe. Di tunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 0.868 dengan signifikansi 0.388.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2): Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe. Di tunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 9.283 dengan signifikansi 0.000.
3. Variabel harga dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Di tunjukkan dari hasil uji F hitung sebesar 81.866 dengan signifikansi 0.000.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa ID Express kota Lhokseumawe. Maka dari itu diharapkan perusahaan untuk mempertimbangkan harga jasa pengiriman yang lebih rendah dari jasa ekspedisi lainnya. Atau dengan kebijakan diskon harga yang diberikan sehingga lebih menarik konsumen. Untuk variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen maka dalam hal ini disarankan kepada perusahaan untuk selalu memberi prioritas pada kualitas pelayanan yang saat ini sudah baik serta menjaga legalitasnya dan selalu menerapkan visi misi perusahaan sebagai mana ID Express menjadi perusahaan ekspedisi nasional terbesar di Asia, dengan memberikan dukungan dan kemudahan dalam perkembangan bisnis online.

## **REFERENSI**

- Acai Sudirman dkk. 2020. *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ameliany, 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Grapari Telkomsel Kota Lhokseumawe. *Jurnal Negotium*, Volume 1 ,Nomor 1, April 2018
- Ghozali, H. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur. : Unitomo Press.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2012. *“Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1.” Manajemen Pemasaran*.
- M.Nazaruddin dkk. 2021. *Panduan Skripsi & Tesis FISIP*. Lhokseumawe: Unimal Press
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta, 2009
- Shinta, M.P. 2020. *Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. Management Pemasaran*. Vol. 9
- Suharso, Pugh. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta. PT. Indeks
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2010 .“*Manajemen Pemasaran Modern*”, Liberti, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*.Yogyakarta: Penerbit Andi.