

EVALUASI KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK PADA INDOMARET POINT GEJAYAN YOGYAKARTA

Gadis Cantika Early Pratama

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia,
Yogyakarta
gdsantika@yahoo.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi Kualitas Layanan dan Kualitas Produk pada Indomaret Point Gejayan di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret Point Gejayan di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* dan kriteria sampel ditentukan dengan pengumpulan informasi dari target spesifik karena setiap elemen populasi tidak memiliki karakter yang sama untuk menjadi sampel penelitian, tetapi hanya elemen populasi yang memenuhi syarat tertentu yang akan ditetapkan menjadi sampel dalam penelitian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang memiliki penilaian terbaik adalah dimensi empati dan yang memiliki penilaian terendah adalah dimensi bukti fisik. Sedangkan pada variabel kualitas produk yang terdiri dari dimensi karakter, fitur, keandalan, kesesuaian, ketahanan, perbaikan, penampilan, dan persepsi konsumen yang memiliki penilaian terbaik adalah dimensi fitur dan yang memiliki penilaian terendah adalah dimensi persepsi konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Indomaret Point Gejayan.

1. Pendahuluan

Pada dasarnya, ritel merupakan penjualan sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Ritel berasal dari Bahasa Perancis diambil dari kata *retailer* yang berarti “memotong menjadi kecil - kecil” (Reardon dkk, 2006). Berkembangnya industri ritel saat ini juga diikuti dengan munculnya tempat perbelanjaan modern seperti minimarket, swalayan, supermarket dan lain sebagainya. Keberhasilan dari usaha ritel ini terletak dari fasilitas lengkap yang diberikan seperti penyediaan produk sehari – hari yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dengan penyediaan fasilitas yang lengkap, konsumen yang berusaha untuk mencukupi kebutuhannya akan datang ke usaha ritel baik itu kecil maupun besar. Hal ini menunjukkan bahwa peluang bisnis ritel cukup menjanjikan sehingga menyebabkan gerai ritel terus bermunculan. Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (APRINDO) oleh Nielsen (2015) didalam Syamardi Jacob (2017), pertumbuhan penjualan melalui ritel minimarket di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 17,9% dari kontribusi semua penjualan ritel modern dan ritel tradisional pada tahun 2002 – 2014. Pada tahun 2010 – 2014, perkembangan omzet ritel minimarket menunjukkan perkembangan yang sangat pesat jumlahnya mencapai

sekitar Rp 69 Triliun dari industri ritel modern (APRINDO didalam Bussiness Monitor International, 2015).

Dalam menghadapi ketatnya persaingan dan tuntutan masyarakat tersebut, minimarket sangat perlu untuk menjalankan strategi yang baik agar dapat bertahan diketatnya persaingan industri ritel ini karena persaingan pasar yang terjadi antar industri ritel secara tidak langsung merubah perilaku konsumen. Salah satu strategi yang tepat digunakan untuk menghadapi persaingan industry ritel yang ketat ini adalah dengan meningkatkan kualitas layanan atau produk yang ditawarkan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memikul kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diberikan (Chavan, 2003). Kualitas telah didefinisikan sebagai kecocokan layanan yang digunakan, atau sejauh mana suatu produk berhasil memenuhi tujuan atau keinginan konsumen (Beverly et al., 2002). Apabila antara penjual dan pembeli memiliki suatu kecocokan maka dapat dikatakan bahwa suatu usaha tersebut sukses untuk memenuhi tujuan utama perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat. Setelah kecocokan antara pembeli dan penjual telah dicapai maka target yang harus dicapai oleh perusahaan adalah meningkatkan kualitas perusahaan baik dari segi layanan ataupun produk untuk terus mengikuti keinginan konsumen yang berubah – ubah karena faktor eksternal. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara konsumen dan perusahaan maka usaha untuk membinanya tentu lebih mudah.

Secara tradisional, kualitas layanan telah dikonseptualisasikan sebagai perbedaan antara harapan konsumen mengenai layanan yang akan diterima dengan persepsi layanan yang diterima (Gronroos, 2001). Peranan karyawan dirasa sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan karena dapat dilihat dalam hal penawaran layanan karyawan akan bertemu dan memberikan layanan secara langsung kepada konsumen yang akan menerima jasa tersebut. Kualitas produk bagi perusahaan yang menawarkan produk juga sangat penting.

Peneliti merumuskan beberapa permasalahan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap Indomaret Point Gejayan dan kualitas produk terhadap Indomaret Point Gejayan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap Indomaret Point Gejayan dan kualitas produk terhadap Indomaret Point Gejayan.

2. Literature Review

2.1 Pengertian

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memikul kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diberikan (Chavan, 2003). Secara tradisional, kualitas layanan telah dikonseptualisasikan sebagai perbedaan antara harapan konsumen mengenai layanan yang akan diterima dengan persepsi layanan yang diterima (Gronroos, 2001). Menurut Cooper dan Kleinschmidt (1987), Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan

produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang ditawarkan tidak mampu bersaing dipasar.

2.2 Pengaruh antar Variabel

2.2.1 Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan suatu perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mariati Ibrahim *et. al.* (2017). Kualitas dijadikan salah satu standar dalam persaingan pasar untuk memenangkan hati konsumen agar produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan dapat diminati oleh konsumen. Kadir (2001), menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas). Pada penelitian ini kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif terhadap Indomaret Point Gejayan. Hal ini dinilai dari beberapa faktor seperti penilaian terhadap tempat parkir yang disediakan oleh toko rendah, penilaian dalam penyediaan layanan penerimaan pengaduan dan saran agar mengetahui dengan tanggap apa yang menjadi standar kepuasan konsumen masih rendah, dan penilaian konsumen terhadap penawaran produk baru yang ditawarkan oleh toko terhadap konsumen juga rendah.

H1 : Terdapat Pengaruh Negatif pada Kualitas Pelayanan terhadap Indomaret Point Gejayan

2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk suatu perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mariati Ibrahim *et. al.* (2017). Penelitian terdahulu yang kedua yaitu karya Fatma Demirci Orel dan Ali Kara dalam jurnalnya yang berjudul “*Supermarket Self Checkout Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from an Emerging Market*”. Penelitian ini menyimpulkan *Self Service Technologies* (SST) yang mengikuti tren supermarket di seluruh dunia sudah mulai mengadopsi sistem *self checkout system* (SCS). Namun, tanggapan konsumen terhadap perubahan layanan bervariasi secara signifikan dan mempengaruhi kepuasan mereka dengan penawaran pengecer. Hal ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang seharusnya lebih diperhatikan oleh perusahaan. Pada penelitian ini kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap Indomaret Point Gejayan dinilai dari hasil penelitian yang signifikan dan penilaian indikator yang memiliki rata – rata tinggi.

H2 : Terdapat Pengaruh Positif pada Kualitas Produk terhadap Indomaret Point Gejayan

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Asgar Afshar Jahanshahi dalam jurnalnya yaitu *“Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction”*. Penelitian ini dilakukan oleh Asgar Afshar Jahanshahi selaku penulis utama bersama dengan rekan – rekan nya yaitu Mohammad Ali Hajizadeh Gashti, Seyed Abbas Mirdamadi, Khaled Nawaser dan Seyed Mohammad Sadeq Khaksar di Maharashtra, Pune India pada produk mobil Tata Indica untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan dari hasil analisis tabel ini yaitu kualitas layanan dan kualitas produk akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan juga terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam konteks industri otomotif india.

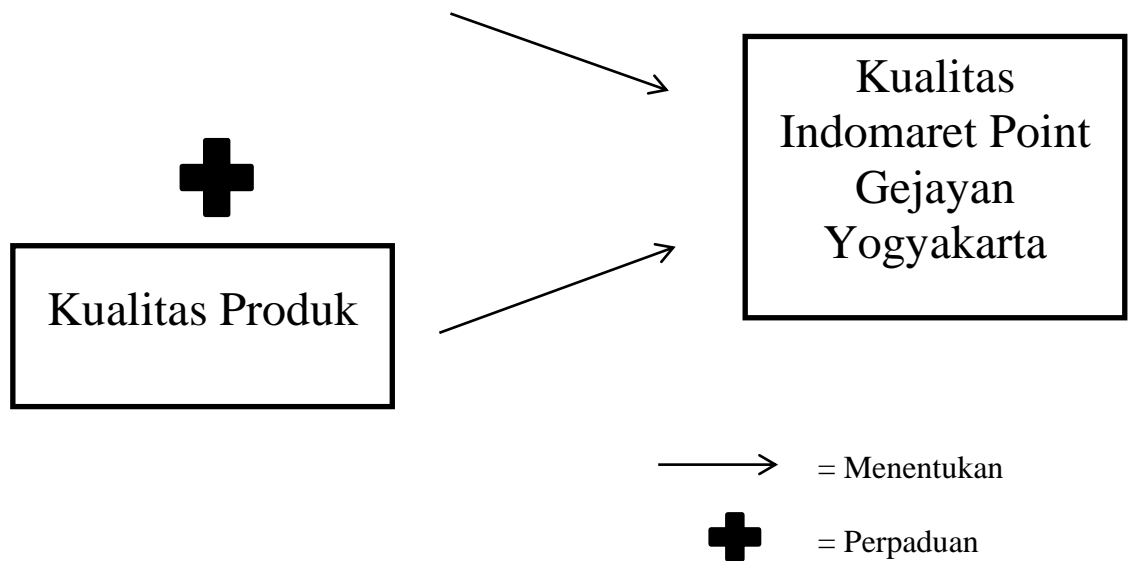
Penelitian terdahulu yang kedua yaitu karya Fatma Demirci Orel dan Ali Kara dalam jurnalnya yang berjudul *“Supermarket Self Checkout Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from an Emerging Market”*. Penelitian ini menyimpulkan *Self Service Technologies* (SST) yang mengikuti tren supermarket di seluruh dunia sudah mulai mengadopsi sistem *self checkout system* (SCS).. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan baik itu baik atau buruk akan tetap mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu yang ketiga yaitu karya Dita Amanah dalam jurnalnya yaitu *“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan”*. Penelitian ini dilakukan di Majestyk Bakery & Cake Shop yang berlokasi di Jalan Prof. H. M. Yamin SH. No. 267 B Medan. Dari penelitian ini diperoleh hasil yang simultan yaitu X berpengaruh terhadap Y atau dapat disimpulkan *“Ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop”*.

Penelitian terdahulu yang keempat yaitu karya Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim dalam jurnalnya yaitu *“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang – Pekanbaru)”*. Penelitian ini dilakukan di kantor CV. Donat Madu Cihanjuang, Jalan Suka Karya no. 86, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Kesimpulan yang didapat yaitu pelaksanaan X1 berpengaruh terhadap Y yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan yang didapat yaitu X2 berpengaruh terhadap Y yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sebagai gambaran dan kerangka konseptual yang mendalam, maka disusun model penelitian sebagai berikut :





Sumber: Data Primer Diolah, 2018

3. Metodologi Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen masyarakat Yogyakarta yang telah merasakan manfaat dari pembelian produk dan penggunaan jasa layanan dari Indomaret Point Gejayan Yogyakarta. Namun, dikarenakan konsumen dari Indomaret Point Gejayan Yogyakarta yang sangat banyak dan tidak terhingga setiap harinya maka akan digunakan metode pengambilan sampel untuk penelitian ini. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan pilihan tertentu yang mana dalam penelitian ini yaitu konsumen atau siapa saja yang membeli produk atau menggunakan jasa Indomaret Point Gejayan Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* karena anggota populasi dapat dipilih dengan pertimbangan sendiri dengan mempertimbangkan syarat dan ketentuan yaitu Sampel dipilih berdasarkan konsumen yang sudah pernah menggunakan layanan dan membeli produk dari Indomaret Point Gejayan Yogyakarta setidaknya dua kali. Penyebaran kuisisioner dilakukan sebanyak 90 kuisisioner.

**Tabel 1 :
Profil Responden**

Profil		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	41	45.6%
	Wanita	49	54.4%
Usia	< dari 20 tahun	7	7.8%
	21 – 30 tahun	69	76.7%

	31 – 40 tahun	4	4.4%
	40 – 50 tahun	8	8.9%
	> 50 tahun	2	2.2%
Pendidikan	SD	-	-
	SMP/Sederajat	-	-
	SMA/Sederajat	5	5.6%
	Perguruan Tinggi	82	91.1%
	Lainnya	3	3.3%
Intensitas Mengunjungi Indomaret Point	1-3 kali	37	41.1%
	> 3 kali	53	58.9%

Sumber: Data primer diolah, 2018

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Sekaran (2011), variabel penelitian adalah suatu atribut untuk membedakan nilai. Nilai pun berbeda dalam definisinya yang membedakan suatu aspek berdasarkan objek dan waktu untuk kemudian diambil pokok pemikirannya. Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah Variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2).

4. Hasil Penelitian

4.1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan Tabel 1 yang menjelaskan analisis deskriptif penelitian ini, dari 90 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai semua indikator yang digunakan adalah Setuju/Sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian rata - rata menilai baik mengenai kualitas layanan dan kualitas produk pada Indomaret Point Gejayan.

Tabel 2 :
Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Mean	Kategori
Kualitas Layanan	<i>Reliability</i>	3.66	Baik
	<i>Responsiveness</i>	3.50	Baik
	<i>Assurance</i>	3.71	Baik
	<i>Emphaty</i>	3.93	Baik
	<i>Tangible</i>	3.74	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2018

Tabel 3 :
Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Mean	Kategori
Kualitas Produk	<i>Performance</i>	3.68	Baik
	<i>Features</i>	3.78	Baik
	<i>Reliability</i>	3.83	Baik
	<i>Conformance</i>	3.78	Baik
	<i>Durability</i>	3.43	Baik
	<i>Serviceability</i>	3.48	Baik
	<i>Aesthetics</i>	3.67	Baik
	<i>Perceived Quality</i>	3.27	Cukup

Sumber : Data primer diolah, 2018

4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas instrument menggunakan analisis deskriptif. Untuk proses uji validitas, hasil perhitungan dibandingkan dengan tabel kritis *r product moment*, dengan taraf signifikan 10%. Pengujian validitas dilakukan oleh 90 responden. Sementara untuk menguji reliabilitas dari setiap variabel, penelitian ini dapat diuji dengan menggunakan *alpha cronbach*. Suatu instrument dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan atau reliabel sebesar 0,60 atau lebih. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner :

Tabel 4 :
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R _{tabel}	R _{hitung}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	<i>Reliability 1</i>	0.207	0.672	Valid
	<i>Reliability 2</i>	0.207	0.482	Valid
	<i>Reliability 3</i>	0.207	0.620	Valid
	<i>Responsiveness1</i>	0.207	0.667	Valid
	<i>Responsiveness2</i>	0.207	0.611	Valid
	<i>Responsiveness3</i>	0.207	0.566	Valid
	<i>Assurance 1</i>	0.207	0.735	Valid
	<i>Assurance 2</i>	0.207	0.753	Valid
	<i>Assurance 3</i>	0.207	0.453	Valid
	<i>Emphaty 1</i>	0.207	0.458	Valid
	<i>Emphaty 2</i>	0.207	0.749	Valid
	<i>Emphaty 3</i>	0.207	0.653	Valid
	<i>Tangible 1</i>	0.207	0.522	Valid
	<i>Tangible 2</i>	0.207	0.542	Valid
	<i>Tangible 3</i>	0.207	0.493	Valid
Kualitas Produk	<i>Performance 1</i>	0.207	0.715	Valid
	<i>Performance 2</i>	0.207	0.711	Valid
	<i>Features 1</i>	0.207	0.578	Valid
	<i>Features 2</i>	0.207	0.470	Valid
	<i>Reliability 1</i>	0.207	0.631	Valid

	<i>Reliability 2</i>	0.207	0.547	Valid
	<i>Conformance 1</i>	0.207	0.666	Valid
	<i>Conformance 2</i>	0.207	0.684	Valid
	<i>Durability 1</i>	0.207	0.677	Valid
	<i>Durability 2</i>	0.207	0.661	Valid
	<i>Serviceability 1</i>	0.207	0.684	Valid
	<i>Serviceability 2</i>	0.207	0.612	Valid
	<i>Aesthetics 1</i>	0.207	0.581	Valid
	<i>Aesthetics 2</i>	0.207	0.606	Valid
	<i>Perceived Quality 1</i>	0.207	0.685	Valid
	<i>Perceived Quality 2</i>	0.207	0.543	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2018

Tabel 5:
Uji Realiabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Persyaratan Minimal	Status
Kualitas Pelayanan	0,866	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,893	0,60	Reliabel

5. Kesimpulan dan Saran

Hasil analisis data pada uji validitas kuisioner menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki $r - \text{hitung} > r - \text{tabel}$ sehingga dapat dikatakan valid dan hasil analisis data pada uji validitas kuisioner menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki $r - \text{hitung} > r - \text{tabel}$ sehingga dapat dikatakan valid. Sedangkan hasil analisis data pada uji reliabilitas kuisioner menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki *Cronbach Alpha* ≥ 0.6 yaitu 0,866 sehingga dapat dikatakan reliabel dan hasil analisis data pada uji reliabilitas kuisioner menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki *Cronbach Alpha* ≥ 0.6 yaitu 0,893 sehingga dapat dikatakan reliabel. Pada variabel kualitas layanan indikator yang paling tinggi adalah pada indikator jam operasional toko selama 24 jam yang mendapat nilai mean sebesar 4,26 yang termasuk kategori sangat baik dan indikator yang paling rendah adalah pada indikator kenyamanan lahan parkir toko yang hanya mendapat nilai mean sebesar 3,18 yang termasuk kategori cukup sehingga nilai mean pada rekapitulasi hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas layanan adalah 3,70 yang memasuki kategori baik. Sedangkan pada variabel kualitas produk indikator yang paling tinggi adalah pada indikator tersedianya variasi produk yang beragam pada toko yang mendapat nilai mean sebesar 3,90 yang termasuk kategori baik dan indikator yang paling rendah adalah pada indikator produk dengan merk tertentu yang tidak dapat memenuhi harapan

konsumen adalah produk yang berkualitas buruk yang mendapat nilai mean sebesar 2,95 yang memasuki kategori cukup sehingga nilai mean pada rekapitulasi hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas produk adalah 3,61 yang memasuki kategori baik.

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran yaitu “Indomaret Point Gejayan” seharusnya lebih meningkatkan indikator pada variabel kualitas layanan yang dinilai rendah seperti pada indikator kenyamanan tempat parkir, layanan pengaduan saran, dan penawaran produk baru yang dibutuhkan konsumen karena indikator tersebut masih dinilai rendah. “Indomaret Point Gejayan” seharusnya tidak perlu meningkatkan indikator variabel kualitas layanan yang sudah dinilai tinggi seperti pada indikator jam operasional toko 24 jam, rak produk yang sudah tertata, penawaran produk yang tidak kadaluwarsa dan lainnya karena hal tersebut akan menyebabkan ketidakseimbangan antara indikator yang sudah dinilai tinggi dengan indikator yang dinilai masih rendah. Sebaiknya indikator yang dinilai sudah tinggi tersebut dipertahankan dan dikembangkan apabila indikator yang dinilai rendah sudah ditingkatkan. “Indomaret Point Gejayan” seharusnya lebih meningkatkan indikator pada variabel kualitas produk yang dinilai rendah seperti pada indikator harapan konsumen akan merk tertentu, masa garansi produk, dan kemudahan pusat layanan karena indikator tersebut masih dinilai rendah. “Indomaret Point Gejayan” seharusnya tidak perlu meningkatkan indikator variabel kualitas produk yang sudah dinilai tinggi seperti pada variasi produk, kesesuaian fungsi produk, pemenuhan spesifikasi standar produk dan lainnya karena hal tersebut akan menyebabkan ketidakseimbangan antara indikator yang sudah dinilai tinggi dengan indikator yang dinilai masih rendah. Sebaiknya indikator yang dinilai sudah tinggi tersebut dipertahankan dan dikembangkan apabila indikator yang dinilai rendah sudah ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. 2001. *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Ahyari, Agus. 1985. *Management Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Amanah, Dita. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Universitas Negeri Medan, Medan. Vol. 2 No. 1.
- Anonim. 2018. Sejarah Indomaret. <https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/>. Di Akses Tanggal 5 Oktober 2018.
- Asgar afshar jahanshahi. 2011. *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. *International Journal of Humanities and Social Science*. University of Pune, India. Vol. 1 No. 7
- Bachtiar. 2011. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi* Vol 7 No. 1.
- Cooper dan Kleinschmidt. 1987. "Journal of product innovation management".
- Demirci Orel, Fatma. 2014. *Supermarket Self Checkout Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty: Empirical Evidence from an Emerging Market*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Cukurova University, Adana, Turkey. 118 – 129.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin David A. 1995. *Leveraging processes for strategic advantage*, Harvard Business Review, Vol. 73, No 5.
- Gaspersz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Griffin, J. 2002. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It, New and Revised Edition*. Weekly publisher.
- Handoko, T., Hani. 2000. *Dasar – dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, BPFE. Yogyakarta.
- Heizer, Jay & Barry Render. 2011. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Istijanto. 2008. Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- K.K Beverly, M. Strong, Diane, and Y. W, Richard. 2002. *Information Quality Benchmarks: Product and Service Performance*. Communications of the ACM, Vol. 45, No. 4ve
- Kotler & Armstrong. 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi XII, jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.
- Margono. 2004. Metodologi Penelitian Pendidikan. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- M, Chavan et al. 2005 *Subunits of the translocon interact with components of the oligosaccharyl transferase complex*. J Biol Chem 280.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & LL. Berry, 1998, *Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perception of Service Quality*, *Journal f Retailin*, Vol 64.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. Manajemen Kualitas, Perspektif Global. Yogyakarta: EKONISIA FE UII.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for business 1st and 2nd Edition* Salemba Empat. Jakarta.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013, *Research Methods for Business*. Jhon Wiley & Sons Ltd. United Kingdom.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Syamardi Jacob. 2017. Eksis di Bisnis Ritel: Strategi Melejitkan Daya Saing Minimarket Modern. Trim Komunikata, Cimahi.
- Tjiptono, Fandy. 2001, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Andi Offset, Yogyakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan LayananPrima*. Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Windarti, Tias. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donut Madu (Studi pada Konsumen CV. Donut Madu Cihanjuang – Pekanbaru). Vol. 4 No. 2.
- Zulian, Y. 1996. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta. EKONISIA Fakultas Ekonomi UII.