

**JURNAL**  
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS**  
**PELAYAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
**SKRIPSI**



Ditulis oleh :

Nama : Vioranda Raditya Herkaputra  
Nomor Mahasiswa : 13311305  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**YOGYAKARTA**

**2018**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dan parsial terhadap kepuasan konsumen gudeg yu djum kadipiro yogyakarta dan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Gudeg Yu Djum cabang Kadipiro

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. kualitas layanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk dan kualitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah variabel kualitas layanan.

**Kata kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan**

## **Latar Belakang**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Supranto, 2011). Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan akan merasa puas.

Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan, maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi, maka konsumen akan merasa puas. Namun, jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Produk juga menjadi salah satu instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus-menerus.

Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk, sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar (Cooper dan Kleinschmidt, 1987).

Di Yogyakarta yang terkenal dengan kota pelajar, juga mempunyai makanan khas, yaitu gudeg. Gudeg yang sangat terkenal di Yogyakarta adalah Gudeg Yu Djum. Gudeg adalah makanan khas Yogyakarta dan Jawa Tengah yang terbuat dari bahan utamanya, yaitu nangka muda yang dimasak dengan santan. Perlu waktu yang sangat lama bahkan berjam-jam untuk membuat masakan ini. Warna coklat biasanya dihasilkan oleh daun jati yang dimasak bersamaan. Gudeg dimakan dengan nasi dan disajikan dengan kuah santan kental (*areh*), ayam kampung, telur, tahu dan sambal goreng krecek. Terdapat berbagai varian gudeg, diantaranya adalah :

1. Gudeg kering, yaitu gudeg yang disajikan dengan areh kental, jauh lebih kental daripada santan pada masakan padang.
2. Gudeg basah, yaitu gudeg yang disajikan dengan areh encer.
3. Gudeg Solo, yaitu gudeg yang arehnya berwarna putih.

Sejarah awal perjuangan almarhumah Yu Djum dalam memulai usaha gudegnya telah dimulai sejak tahun 1950 lalu. Bu Djuwariah atau lebih dikenal dengan sebutan Yu Djum telah mulai merintis usahanya dengan membuka kedai gudeg di Jalan Wijilan sejak tahun 1950. Yu Djum meninggal pada tanggal 14 November 2016 pada usia 87 tahun. Gudeg Yu Djum telah banyak dikenal oleh banyak warga di Yogyakarta. Bahkan telah dikenal sampai ke luar daerah dan luar

negeri. Banyak wisatawan mancanegara dan domestik yang berkunjung ke Yogyakarta selalu berkuliner gudeg di Gudeg Yu Djum. Gudeg Yu Djum juga digunakan sebagai buah tangan khas dari Yogyakarta.

Perkembangan Gudeg Yu Djum sampai saat ini telah tercatat sudah ada 12 gerai besar Gudeg Yu Djum yang ada di sekitaran wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Solo, Jawa Tengah. Produk Gudeg Yu Djum telah banyak diminati dan menjadikan salah satu oleh-oleh khas dari kota Yogyakarta. Penulis sangat termotivasi untuk meneliti lebih lanjut tentang keberlangsungan usaha Gudeg Yu Djum karena dari Tahun 1950-sekarang dapat bertahan dan bahkan telah berkembang pesat.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen Gudeg Yu Djum Kadipiro Yogyakarta ?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Gudeg Yu Djum Kadipiro Yogyakarta ?
3. Mana diantara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Gudeg Yu Djum cabang Kadipiro?

## **Kajian Pustaka**

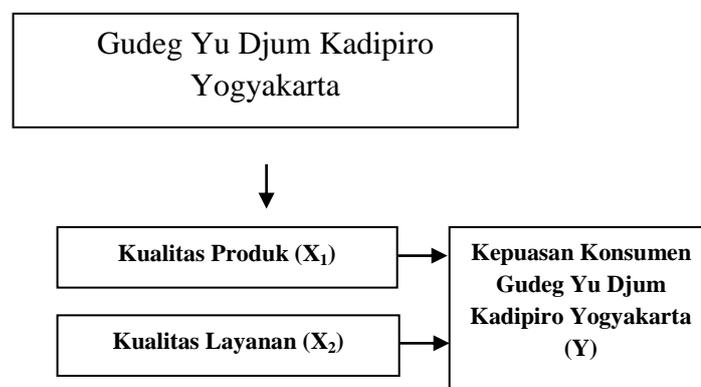
### **Hasil penelitian terdahulu**

Penelitian Mulyono et.al (2007) meneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di kompleks Perumahan Puri Mediterania Semarang, responden yang digunakan sebanyak 50 penghuni rumah Puri Mediterania dengan menggunakan SPSS. Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan metode simple random sampling, dimana setiap penghuni memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukan sebagai sample. Dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan ada 2 macam yaitu: (1) Deskriptif Kuantitatif; dan (2) Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,548, sedangkan pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,381. Kualitas produk adalah variabel paling penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen daripada kualitas layanan.

Penelitian Putra (2009) meneliti mengenai (1) situasi kualitas layanan (tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance) bank yang dirasakan oleh pelanggan produk Prima Prima dan kinerja hubungan nasabah (obligasi finansial, sosial, dan kustomisasi). ), dan loyalitas pelanggan terhadap produk BNI Prima; (2) pengaruh kualitas layanan (tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance) terhadap bank yang dirasakan oleh nasabah terhadap kinerja hubungan nasabah (obligasi keuangan, sosial, dan penyesuaian). Sumber

data adalah seluruh nasabah produk BNI Prima di setiap kantor cabang bank BNI yang menawarkan produk BNI Prima di bidang pemasaran Jawa Timur. Pemilihan 144 responden dari 150 yang direncanakan menggunakan teknik simple random sampling dan dialokasikan secara proporsional, metode pengumpulan data adalah kuesioner, wawancara, dan slider dokumen. Metode analisisnya adalah: (1) analisis deskriptif; dan (2) pengujian hipotesis dengan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil analisis deskriptif adalah: (1) Secara total, tingkat kualitas layanan (tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance) bank yang dirasakan oleh pelanggan adalah kategori yang tidak puas, namun memiliki kategori efektivitas tinggi; (2) Secara total, tingkat kinerja hubungan pelanggan (obligasi keuangan, sosial, dan penyesuaian) adalah kategori efektivitas yang sangat tinggi, namun kategori tidak puas. Hasil pengujian hipotesis kualitas layanan (tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance) bank yang dirasakan oleh nasabah produk BNI Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja hubungan nasabah (obligasi keuangan, obligasi sosial, obligasi penyesuaian).

### **Kerangka Pemikiran**



## **Hipotesis Penelitian**

### **Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen**

Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus-menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar. Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya . Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Mulyono et.al, 2007).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyono et.al (2007), Putra (2009) dan Sutanto et.al (2014) membuktikan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang digunakan adalah :

**H1** : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

### **Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen**

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan

menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Apabila terjadi tuntutan dari para konsumen maka konsumen berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa jawaban yang diberikan secara ramah, cepat, dan tepat. Untuk produk yang membutuhkan jasa pelayanan fisik, jasa pelayanan menjadi komponen yang kritis dari nilai (Mulyono, 2007).

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996). Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2007).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyono et.al (2007), Putra (2009) dan Sutanto et.al (2014) membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang digunakan adalah :

**H2** : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

## **Metode Penelitian**

### **Variable Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

1. Variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah Kepuasan Konsumen (Y)
2. Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2)

### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Yogyakarta yang pernah berkunjung ke Gudeg Yu Djum yang jumlahnya sangat banyak, maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini. Berdasarkan rumus solvin diatas, maka jumlah sampel minimal dalam peneltian ini adalah 87,98 responden. Untuk menghindari kuesioner yang tidak diisi dan tidak kembali, maka responden dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden

### **Metode Analisis Data**

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan model regresi berganda antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berikut adalah rumusnya :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

## Model Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dilihat dalam tabel

### Hasil Regresi

Variabel Independen	Koefisien Regresi	Sig-t (p-value)	Korelasi Parsial (r)	Koefisien Korelasi Parsial	Ket
Konstanta	-0,221				
Kualitas Produk	0.245	0.000	0,415	0,172	Signifikan
Kualitas Layanan	0.826	0.000	0,809	0,654	Signifikan
F hitung	278,435				
Sig-F	0.000				
Adjusted R <sup>2</sup>	0,848				

Sumber : Data hasil regresi, 2017

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,221 + 0,245X_1 + 0,826X_2 + e$$

Untuk mengetahui variabel yang dominan menggunakan variabel koefisien korelasi. Dari ketiga variabel independen, nilai koefisien regresi variabel independen (kualitas layanan, dan kualitas produk) yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah variabel kualitas layanan yaitu sebesar 0,654.

## Uji Hipotesis

### Uji Hipotesis Untuk Regresi Secara Serentak

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serentak variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai sig  $F_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 278,435 dengan nilai pvalue sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi 5%, maka hasil tersebut signifikan karena nilai pvalue (0,000) < 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Uji Hipotesis secara Parsial**

Uji secara parsial untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Dengan membandingkan p-value (sig-t) dengan taraf signifikansi yang ditolerir (5 persen), dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

#### 1) Pengujian variabel Kualitas layanan ( $X_1$ )

Berdasarkan Tabel 4.13 variabel kualitas produk diperoleh pvalue (0,000). Oleh karena nilai sig t (0,000) < 0,05, maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat kualitas produk berpengaruh positif signifikan positif kepuasan konsumen.

#### 2) Pengujian variabel fasilitas ( $X_2$ )

Berdasarkan Tabel 4.13 variabel kualitas layanan diperoleh pvalue (0,000). Oleh karena nilai sig t (0,000) < 0,05, maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat kualitas layanan berpengaruh positif signifikan positif kepuasan konsumen.

### **Analisis Koefisien Determinasi Ganda**

Koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 0,848, maka dapat diartikan bahwa 84,8 persen kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan

kualitas layanan. Sedangkan sisanya sebesar 15,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus-menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar. Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya . Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Mulyono et.al, 2007).

Hasil ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Mulyono et.al (2007), Putra (2009) dan Sutanto et.al (2014) membuktikan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Apabila terjadi tuntutan dari para konsumen maka konsumen berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa jawaban yang diberikan secara ramah, cepat, dan tepat. Untuk produk yang membutuhkan jasa pelayanan fisik, jasa pelayanan menjadi komponen yang kritis dari nilai (Mulyono, 2007).

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996). Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya (Alma, 2007).

Hasil sesuai penelitian yang dilakukan oleh Mulyono et.al (2007), *Putra (2009) dan Sutanto et.al (2014)* membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## **Kesimpulan Dan Saran**

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan Uji Regresi Berganda, penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh secara parsial dan positif terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan Uji Regresi Berganda, penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh secara parsial dan positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan Uji F, menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan Uji Regresi Berganda, dari kedua nilai koefisien regresi variabel independen (kualitas produk dan kualitas layanan) yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah variabel kualitas layanan.

## **Saran**

1. Dari hasil analisis uji regresi berganda, variabel kualitas produk memiliki hasil paling rendah dibanding variabel kualitas pelayanan. Maka dari itu Gudeg Yu Djum Kadipiro Yogyakarta perlu meningkatkan atribut-atribut yang ada dalam variabel fasilitas. Selain itu, Gudeg Yu Djum Kadipiro Yogyakarta tetap harus mempertahankan variabel kualitas pelayanan.
2. Dari hasil analisis deskriptif pada penilaian variabel empathy, menunjukkan hasil rata-rata penilaian terendah, maka disarankan Gudeg Yu Djum Kadipiro Yogyakarta dapat meningkatkan kembali atribut-atribut variabel empathy seperti Karyawan menangani pelanggan dengan penuh perhatian dan kesabaran, Karyawan tidak pernah membeda-bedakan antara satu pelanggan dengan pelanggan lain, Jam operasional yang tersedia sesuai kebutuhan konsumen dan Karyawan komunikatif dengan pelanggan

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ahyari. 1985. Perencanaan Sistem Produksi. Yogyakarta : BPFE.
- Cooper R. G and E. J kleinschmidt (1987), “*What Makes a New Product a Winner: Success Factors at The Project Level*”, R & D Management, 175-189
- Ferdinand, Augusty,. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. Prinsip-Prinsip Manajemen. Jakarta : Erlangga, 2006,
- Mulyono, Bayu Hadyanto, Yoestini , Rini Nugraheni, Mustofa Kamal. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). JURNAL STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI *Volume 4, Nomor 2, Juli, Tahun 2007, Halaman 91*
- Parasuraman, A, V.A. Zeithami and L.L. Berry, 1988, “A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, Journal of Retailing, Vol. 64, p.12-40
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. 1998. Delevering Quality Service. Balancing Customer Perception and Expectations. Canada: Free Press.
- Putra, I Wayan Jaman Adi. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Kerelasiaan Nasabah. JURNAL ENKaOmNaO OMraI nBgISNIS | TAHUN 14 | NOMOR 2 | JULI 2009
- Sunyoto, Danang. (2013). Teori, Kuesioner dan Analisis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Supranto,. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar ( Cetakan Keempat). Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Sutanto1, J.E, Charly Hongdiyanto2, Hari Minantyo. 2014.The Influence Service Quality Product Quality To Customer Satisfaction (A Case Study At Modern Riteil In East Java). *The First International Conference on Entrepreneurship*
- Suwardi. 2011. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas. Pelayanan. Politeknik Negeri Semarang

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*.  
Yogyakarta: CV Andi Offse