

KUALITAS PELAYANAN JASA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA STEINER SALON MANADO

Oleh :
Henry G. Piri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi
e-mail: henryshere07@yahoo.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan dan jasa salon kecantikan merupakan salah satu jasa yang sering digunakan pelanggan dalam menilai kualitas salon tersebut. Disamping hasil karya dan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kinerja yang baik juga sangat menunjang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pelanggan khususnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan Steiner Salon Manado. Metode penelitian asosiatif dan teknik analisis menggunakan regresi linier sederhana dengan skala Likert untuk pengukuran penelitian. Kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan diperoleh dari hasil penelitian pada steiner salon manado. Perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pada para pelanggan.

Kata kunci: *kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan*

ABSTRACK

Quality of care and service beauty salon is one of the customer service that is often used in assessing the quality of the salon. Besides the work and quality products, quality service and good performance is also very supportive customer satisfaction. Customer satisfaction can influence customer behavior especially customer loyalty. This study aims to determine the service quality on customer loyalty Steiner Salon Manado. Associative research methods and techniques using simple linear regression analysis with Likert scale for measuring research. Service quality influence on customer loyalty derived from the results of research on the salon steiner Manado. Companies should improve the quality of services provided to customers.

Keywords: *service quality and customer loyalty*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan manusia akan penampilan, kecantikan dan kebugaran tubuh dewasa ini berkembang sangat cepat terlebih khusus pada daerah yang memiliki budaya modernisasi kota metropolitan. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Jumlah populasi manusia yang terus bertambah dan gaya hidup yang semakin beragam membuat tingkat kebutuhan manusia akan penampilan, kecantikan, dan kebugaran juga terus bertambah. Bisnis gaya hidup (*life style*) khususnya di bidang penampilan, kecantikan, dan kebugaran tubuh seperti salon dan perawatan Spa saat ini menunjukkan perkembangan yang baik. dengan prospek usaha yang meningkat dan cukup pesat.

Ketatnya persaingan saat ini menyebabkan, para pengusaha salon, spa, bridal saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya mempertahankan pelanggan yang loyal ini menjadi tantangan pihak pengusaha karena pelanggan saat ini semakin kritis dalam memilih jenis salon sesuai dengan harapannya. Ini bukanlah hal yang mudah, mengingat banyak perubahan yang terjadi setiap saat pada diri pelanggan. Maka dari itu perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan strategi yang baik.

Pengamatan menunjukkan bahwa beberapa salon, spa, bridal berupaya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas melalui beberapa cara misalnya dengan mendesain suatu trend guntingan / styling dan warna rambut terbaru juga perawatannya dan berbeda dengan pesaing, menciptakan atmosfir yang menjamin kenyamanan pengunjung, menjaga kebersihan, cara kerja stylist dan therapist yang professional, menetapkan harga yang sesuai, menciptakan kesan ramah melalui pelayanan karyawan, memperhatikan kebutuhan pelanggan dan mendesain interior yang menarik. Upaya – upaya ini dirancang agar pelanggan memperoleh gambaran tentang penciptaan nilai dari perusahaan dibandingkan dengan pesaing, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memiliki ikatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan dapat membangun loyalitas sejati pada diri pelanggan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui pengaruh : Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Steiner Salon Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Proses manajemen untuk mencari keuntungan maksimal bagi pemegang saham dengan mengembangkan dan mengimplementasikan strategi untuk membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan melalui cara pencitraan nilai pelanggan yang tinggi dan keunggulan diferensiasi secara berkelanjutan (Sumarwan 2010:29). proses menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program – program yang mencakup pengkonsep, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan (Boyd et, al. 2000:18)

Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Payne 2000:1).

Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa menurut Kotler dan Keller (2009 : 1) adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
Berbeda dari produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)
Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik yang diproduksi, disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui banyak penjual, dan dikonsumsi kemudian. Jika seseorang memberikan jasa tersebut, penyediannya adalah bagian dari jasa itu. Karena klien tersebut juga hadir pada saat jasa itu dihasilkan, interaksi penyediaan klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa.
3. *Variability* (bervariasi)
Karena bergantung pada siapa memberikannya serta kapan dan di mana diberikan, jasa sangat bervariasi.
4. *Persihability* (tidak tahan lama)
Jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusa tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar.

Kualitas

American Society for Quality Control mendefinisikan sebagai berikut :“Kualitas (*Quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”(Kotler dan Keller 2009:143).keseluruhan dari kelengkapan suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai :*The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions* (Laksana 2008:88),.Dari pernyataan ini dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau diperoleh (Sumarwan 2011:236).

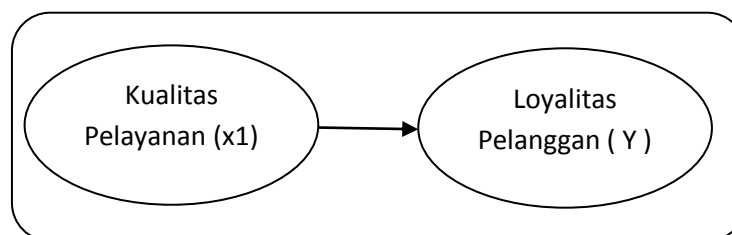
Loyalitas Pelanggan

Orang yang membeli,khususnya yang membeli secara teratur dan berulang – ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut (Hasan 2008:83). Pelanggan yang tidak membeli ulang suatu barangdan jasa,tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa,misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli (Brown 2008:83).

Landasan Empiris

Analisa Pengaruh kualitas pelayanan,dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada warnet chamber semarang.penelitian ini dilakukan untuk meneliti faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan warnet chamber semarang disemarang.populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah atau sedang berlangganan warnet chamber semarang,dan minimal sudah berlangganan selama 6 bulan.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber : Data primer diolah, 2013

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya yang sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif (+) terhadap Loyalitas Pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

Riset Kepustakaan : penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi untuk mendukung analisis data yang diperlukan untuk skripsi ini.

Riset Langsung : pengumpulan data ini peneliti melakukan riset secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan guna melengkapi data yang dibutuhkan yaitu dengan cara :

Observasi / Pengamatan, mengadakan penelitian secara langsung mengenai kegiatan yang dilaksanakan dan latar belakang keadaan sekarang yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi.

Interview / Wawancara, mengadakan dialog atau wawancara langsung dengan narasumber atau dengan orang yang berkompeten dibidangnya dalam suatu objek penelitian bersangkutan yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi.

Kuisisioner Kuesioner, sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan dari steiner salon manado yang sudah mengunjungi lebih dari 2 kali. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 60 orang pelanggan.

Definisi Operasional

Variabel Kualitas Pelayanan (x1)

Kualitas Pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. dan disingkat X dan diukur dengan satuan skor. indikator kualitas pelayanan antara lain : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*.

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas Pelanggan yaitu komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku dan disingkat dengan simbol Y dan diukur dengan satuan skor. Indikator kualitas pelayanan antara lain : *Word of Mouth Promotion, Future repurchase intention, Price sensitivity, Complaining behavior*.

Pengukuran Variabel

Alat ukur kedua variabel digunakan skala Likert dengan alternatif jawaban yang diberi skor yaitu:

Tabel 1. Skala likert

Kriteria	Skor
Sangat Memuaskan	5
Memuaskan	4
Netral	3
Tidak Memuaskan	2
Sangat Tidak Memuaskan	1

Sumber : Data primer diolah, 2013

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk digunakan dalam mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y), dengan formula :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

X = *Kualitas Pelayanan*

Y = *Loyalitas Pelanggan*

a = Konstanta dan

b = Koefisien regresi

untuk nilai a dan b dapat dihitung melalui persamaan berikut :

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)(\Sigma XY)}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Analisa Koefisien Korelasi

Metode koefisien korelasi yaitu untuk mengukur keeratan hubungan variabel Kualitas Pelayanan (Y) dengan Loyalitas Pelanggan (X) digunakan rumus :

$$r = \frac{n \cdot \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = Jumlah responden

ΣX = Jumlah skor X

ΣY = Jumlah skor Y

ΣX^2 = Jumlah skor X yang dikuadratkan

ΣY^2 = Jumlah skor Y yang dikuadratkan

ΣXY = Jumlah hasil X dan Y

Pada hakekatnya nilai r dapat bervariasi dari - 1 melalui 0 hingga + 1 dimana:

Bila r = 0, maka tidak terdapat hubungan antara kedua variabel.

Bila r = +1 atau mendekati 1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat.

Bila r = -1 atau mendekati - 1, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat lemah.

Analisis Koefisien Determinasi

Nilai koefisien korelasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Koefisien determinasi menunjukkan ragam variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X.

Bila nilai koefisien korelasi = 1 berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh. Formula sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{n(a \cdot \Sigma Y + b \cdot \Sigma XY) - (\Sigma Y)^2}{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}$$

Pengujian Hipotesis

Pengujian perlu dilaksanakan untuk mengetahui apakah antara kedua variabel terdapat hubungan yang independent atau tidak. Pengujian hipotesis menggunakan rumus uji t, dengan rumus (Dajan, 2008:363) sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = test koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi, yaitu jumlah variabel data yang diteliti dan biasanya dihitung dengan satuan persen (%).

2 = nilai konstan derajat bebas regresi (n - 2)

1 = nilai konstan prosentasi dari nilai 100%

Hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut :

$H_0 = \beta = 0$ (Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan).

$H_0 = \beta \neq 0$ (Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan).

Dengan tingkat $\alpha = 5\%$

Derajat kebebasan n - 2

Kriteria pengujian adalah :

Tolak H_0 : t hitung \geq t tabel ($\alpha/2$)

Terima H_0 : t hitung \leq t tabel ($\alpha/2$)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana

Persamaan $Y = a + bX$

Besar a dan b dapat dihitung dengan rumus :

$$\begin{aligned} a &= \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)(\Sigma XY)}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \\ &= \frac{(1702)(41423) - (1575)(44727)}{(60)(41423) - (1575)^2} \\ &= \frac{70501946 - 70445025}{2485380 - 2480625} \\ &= \frac{56921}{4755} \\ &= 11,97 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \\ &= \frac{(60)(44727) - (1575)(1702)}{(60)(41423) - (1575)^2} \\ &= \frac{2683620 - 2680650}{2485380 - 2480625} \\ &= \frac{2970}{4755} \\ &= 0,625 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, diperoleh persamaan regresi, yaitu :

$$Y = 11,97 + 0,625X$$

Nilai b sebesar 0,625 berarti setiap perubahan nilai pada variabel X (Kualitas Pelanggan) akan menyebabkan perubahan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan). Karena nilai b positif, maka setiap perubahan nilai variabel X (Kualitas Pelanggan) akan menyebabkan penambahan nilai variabel Y (Loyalitas Pelanggan), begitu pula sebaliknya penurunan nilai variabel X akan menyebabkan penurunan nilai variabel Y.

Uji Analisa Koefisien Korelasi

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \\
 &= \frac{(60) \cdot (44.727) - (1575)(1702)}{\sqrt{(60)(41.423) - (1575)^2} \cdot \sqrt{(60)(48.390) - (1575)^2}} \\
 &= \frac{2683620 - 2680650}{\sqrt{2485380 - 2480625} \cdot \sqrt{2903400 - 2896804}} \\
 &= \frac{\sqrt{4755} \cdot \sqrt{6596}}{2970} \\
 &= \frac{\sqrt{31363980}}{2970} \\
 &= \frac{5600,355}{2970} \\
 &= 0,53
 \end{aligned}$$

Koefisien korelasi, $r = 0,53$ menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan mempunyai hubungan yang kuat.

Hasil Analisa Koefisien Determinasi

Dari hasil $r = 0,53$ maka bisa diperoleh r^2 sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 r^2 &= (0,53)^2 \\
 &= 0,281
 \end{aligned}$$

Hasil analisis data tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi $r = 0,53$ adalah bertanda positif sehingga hubungan antara kedua variabel adalah positif. Sedangkan koefisien determinasi (daya pembantu) didapat $r^2 = 0,281$ atau 28.1%, yang berarti variabel Kualitas Pelanggan salon mempunyai daya pembantu sebesar 28.1% terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

Hasil Uji T

$H_0 : \rho = 0$ (tidak ada hubungan antara X dan Y)

$H_1 : \rho \neq 0$ (ada hubungan antara X dan Y)

$\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan, $n - 2 = 58$

Kriteria pengujian H_0 diterima apabila :

$$t_{tabel} (\alpha/2) < t_{hitung} < t_{tabel} (\alpha/2)$$

$$t_{\alpha/2} < t_{hitung} < t_{\alpha/2}$$

Perhitungan :

$$\begin{aligned}
 r &= 0,53 \\
 t &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 t &= \frac{0,53 \sqrt{60-2}}{\sqrt{1-0,281}} \\
 t &= \frac{4,03648}{\sqrt{0,719}} \\
 t &= \frac{4,03648}{0,8479} \\
 t &= 5,1478
 \end{aligned}$$

hasil yang diperoleh adalah $t_{hitung} = 5.1478 > t_{tabel} = 1,671$ maka hipotesis H_0 ditolak atau Hipotesis H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan Salon (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) dengan tingkat signifikan 0.05.

Pembahasan

Steiner Salon Manado telah melakukan service dengan cukup baik, sehingga terus menerus berusaha menyesuaikan keadaan dengan sumber daya yang ada mulai dari karyawan, jumlah pelanggan, serta sarana dan prasarana lainnya.,hal ini berdasarkan dari hasil penelitian dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana menghasilkan $Y = 11,97 + 0,625X$. dari perhitungan regresi menunjukkan bahwa setiap perubahan nilai pada variabel Kualitas Pelayanan akan menyebabkan perubahan Variabel Loyalitas Pelanggan.

Interpretasi Koefisien Korelasi (r)

Perhitungan hubungan Kualitas Pelayanan salon terhadap Loyalitas Pelanggan dengan menggunakan analisa koefisien yang menghasilkan , $r = 0,53$ menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan mempunyai hubungan yang kuat.

Interpretasi Koefisien Determinasi (r²)

Perhitungan kontribusi Kualitas Pelayanan salon terhadap Loyalitas Pelanggan dengan menggunakan koefisien determinasi (daya pembantu) didapat $r^2 = 0.281$ atau 28.1%, yang berarti variabel Kualitas Pelayanan salon mempunyai daya pembantu sebesar 28.1% terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

Interpretasi Uji T

Perhitungan tingkat signifikan hubungan antara Kualitas Pelayanan salon dan Loyalitas Pelanggan dengan menggunakan uji t,dimana hasil yang diperoleh adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis H_0 ditolak atau Hipotesis H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan Salon dengan Loyalitas Pelanggan dengan tingkat signifikan 0.05.

PENUTUP

Kesimpulan

Karyawan steiner salon manado pada umumnya sudah melakukan pelayanan yang memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga memberi pengaruh positif terhadap *customer loyalty*. *Service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Kepuasan yang dirasakan nasabah turut dipengaruhi oleh *service quality* yang diberikan oleh pihak salon.Terdapat hubungan yang erat antara *service quality* dengan *customer loyalty*, bila *service quality* yang diberikan meningkat tentunya *customer loyalty* pun akan meningkat.

Saran

Hasil loading faktor yang terendah maka perusahaan harus lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen untuk memahami kebutuhan konsumen dan penilaian tentang bukti fisik,perlengkapan,karyawan dan sarana komunikasi. Melihat adanya pengaruh yang positif antara *service quality* salon dengan *customer loyalty*, maka hendaknya *service quality* yang diberikan senantiasa ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, 2008. *Customer Relationship Manajemen A Strategic Imperative in the world of E-Business*. Jhon Wiley & Sons : Canada.
- Boyd, Harperiw Walker. And Lumeche, Jean. Chide 2000, *Manajemen Pemasaran ; Suatu pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Chandra, H. 2008. *Marketing untuk orang awam*.Maxicom, Palembang.
- Dajan, A. 2008. *Pengantar metode statistik*, jilid 1. Pustaka, Jakarta.
- Hasan 2008. *Marketing edisi pertama*. Madpres. Yogyakarta.
- Kottler,P, dan K.L, 2009. *Manajemen Pemasaran* . Edisike 13.Jilid-1. Erlangga, Jakarta.
- Payne, Andrian. 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*. Terjemahan Fandy Tjiptono. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Partua Pramana.2010. *Analisa Pengaruh kualitas pelayanan,dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada warnet chamber semarang)* Undergraduate Theses From JIPTUMM <http://digilib.Si.itb.ac.id/go.php?id=jiptumm-gdl-sl-2011-5320-2011&q=service>. skripsi
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran*. EdisiPertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sumarwan. U. 2010. *Pemasaran Strategik*. IPB. Bogor.
- Sumarwan, A. Jauzi, A. Mulyana, B.N. Karno, P.K. Mawardi. W. Nugroho 2011. *Riset pemasaran dan konsumen*. Cetakan pertama IPB Press. Bogor.