
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN****(Studi Kasus Pada Pesona Soccer Zone Futsal Joyogrand-Tlogomas)****Oleh :****Muhamad Ikhsomudin *)****M. Hufon **)****Afi Rachmat Slamet ***)****ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen, studi kasus pada pesona soccer zone futsal. Sehingga dapat diketahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen. Teknik yang digunakan adalah *explanatory reseach* yaitu dengan jumlah populasi 4320 konsumen mulai dengan bulan Maret-April 2017 diperoleh jumlah sampel sebanyak 95 responden.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik yaitu uji multikolonieritas dan ujin heterokedastisitas dan uji hipotesis yaitu uji t (uji parsial), uji F (uji simultan) dan koofisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pesona Soccer Zone Futsal, (2) Lokasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pesona Soccer Zone Futsal, (3) Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pesona Soccer Zone Futsal.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The research has a purpose to determine the effect of simultaneous and partial quality of service, location and price to customer satisfaction, case studies on the charm Soccer Zone Futsal. So that can be know how the effect of service quality, location and proce to customer satisfaction. The technique used is explanatroy research with the number of population 4320 consumers starting with March-April 2017 obtained by the number of samples as much as 95 respondents.

The method used in this research is instrument test that is validity test and reliability test, normality test, clasiccal assumption test that multikolonierity test, and heterokedastisity test and hypothesis test that includes partial, simultaneous test and dete coefisient.

The result of this study indicate that 1) service quality has a significant positive effect on customer satisfaction on the charm Soccer Zone Futsal, 2) location has a significant positive effect on customer satisfaction on the charm Soccer Zone Futsal, 3) price has a significant positive effect on customer satisfaction on the charm Soccer Zone Futsal.

Keyword : Service Quality, Location, Price and Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Kemajuan dalam bidang perekonomian telah banyak mengalami perkembangan yang pesat khususnya dalam bidang usaha. Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini membuat para pelaku bisnis harus memaksimalkan kinerjanya pada perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Dari pengaruh perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005:90) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen.

Lokasi juga menjadi prioritas utama bagi perusahaan yang sedang menjalankan usaha. Karena pemilihan tempat yang strategis oleh perusahaan yang sedang berkembang akan menentukan laku atau tidaknya produk atau jasa yang sedang ditawarkan atau dijual. Lokasi perusahaan yang strategis atau menjadi jalan utama bagi masyarakat, mampu menarik minat konsumen lebih banyak karena akses jalan yang sering dilalui dan mudah dijangkau.

menurut Alma (2002:47) harga merupakan sebuah nilai yang ditentukan untuk suatu barang maupun jasa yang ditentukan dengan uang. Menurut Simamora (2002:98) harga adalah nilai uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan.

Menurut Tjiptono (2002:146) kepuasan konsumen adalah respon konsumen atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pada dasarnya pengertian dari kepuasan konsumen mencakup perbedaan antar harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:1). Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada studi kasus di Pesona Soccer Zone Futsal Joyo Grand-Malang? 2)Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada studi kasus di Pesona Soccer Zone Futsal Joyo Grand-Malang?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui:1). Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen Pesona Soccer Zone Futsal Joyo-Grand Malang. 2)Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara

simultan terhadap kepuasan konsumen Pesona Soccer Zone Futsal Joyo-Grand Malang.

MANFAAT PENELITIAN

Dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen bagi perusahaan.

Dapat dijadikan sebagai bahan pelajaran dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran terkait kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Dapat dijadikan bahan yang diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan atau pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN TEORI

KUALITAS PELAYANAN

Menurut *the America of quality control* dalam buku Kotler dan Keller (2009:143) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

LOKASI

Menurut Kotler (2008:51) salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi di mulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

HARGA

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:439) harga sejumlah uang yang diberikan atas satu produk, atau jumlah yang di tukarkan konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan masukan atau pendapatan bagi perusahaan.

KEPUASAN KONSUMEN

Menurut Tjiptono (2002:146) kepuasan konsumen adalah respon konsumen atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pada dasarnya pengertian dari kepuasan konsumen mencakup perbedaan antar harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan.

METODE PENELITIAN

JENIS, LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada. Menurut Alfianika

(2016:74) penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang analisis datanya sampai pada menentukan hubungan suatu variabel yang lain.

.LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Pesona SOCCER ZONE Futsal Jl. Joyo Agung- Joyo Grand-Malang.

WAKTU PENELITIAN

Waktu penelitian ini dimulai November 2016-Juli 2017.

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Secara lebih rinci, operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut.

1. Kepuasan Konsumen (Y)
Menurut Tjiptono (2002:146) kepuasan konsumen adalah respon konsumen atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.
2. Kualitas Pelayanan (X1)
Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004:84).
3. Lokasi (X2)
Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha di lakukan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda (Swastha, 2002:24).
4. Harga (X3)
Menurut Kotler dan Amstrong (2001:439) harga sejumlah uang yang diberikan atas satu produk, atau jumlah yang ditukarkan konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

SUMBER DAN METODE PENGUMPULAN DATA

SUMBER

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:137).

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data merupakan proses yang penting dalam mendukung suatu penelitian karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka penelitian

tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2011:224).

METODE ANALISIS DATA

Menurut Sugiyono (2013:147) penelitian kuantitatif merupakan analisis data dari kegiatan setelah dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ini adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN **DISKRIPSI SUBYEK PENELITIAN**

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya yang menjadi subyek dari penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen Pesona Soccer Zone Futsal Joyogrand Tlogomas.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan apabila r hitung $<$ r tabel maka item instrument dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2001:31) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Kemudian menurut Prayitno (2012:187) untuk menentukan suatu instrument reliabilitas atau tidak maka bisa menggunakan batas nilai Alpha 0,6 apabila nilai Alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

2. Uji Normalitas Data

Tabel 4.14 Uji Normalitas Data

Berdasarkan pengujian normalitas tersebut, didapatkan nilai asymp.sig lebih besar dari pada $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas telah terpenuhi.

		X1	X2	X3	y
N		95	95	95	95
Normal Parameters ^a	Mean	18.1053	18.1053	18.0947	16.6737
	Std. Deviation	.86877	.86877	1.13056	.96141
Most Extreme Differences	Absolute	.222	.222	.214	.201
	Positive	.222	.222	.154	.190
	Negative	-.210	-.210	-.214	-.201
Kolmogorov-Smirnov Z		.947	1.023	1.086	1.962
Asymp. Sig. (2-tailed)		.188	.097	.099	.064

Berdasarkan hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* pada Tabel 4.14 menunjukkan nilai signifikansi pada masing-masing variabel penelitian > 0,05. Karena nilai signifikansi lebih besar dari dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,185	,437		2,714	,008
	x1	,633	,245	,744	2,585	,011
	x2	,305	,238	,367	1,278	,043
	x3	,334	,068	,412	4,889	,000

Dari Tabel 4.15 maka bisa di ketahui persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,185 + 0,633 X_1 + 0,305 X_2 + 0,334 X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

1,185 = konstanta

X1 = kualitas Pelayanan

X2 = Lokasi

X3 = Harga

4. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolonieritas

Tabel 4.16 uji multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
x1	,085	1,719
x2	,085	1,700
x3	,993	1,007

Berdasarkan Tabel 4.16 dilihat bahwa besaran VIF (1,719, 1,700, 1,007) yang menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga memiliki nilai VIF < 10 dengan nilai tolerance > 0,1 sehingga hasil uji multikolonieritas ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang tinggi atau dengan kata lain tidak terjadi multikolonieritas.

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.17 uji heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,729	,267		2,734	,008
	x1	-,211	,149	-,490	-1,410	,162
	x2	,135	,146	,321	,925	,357
	x3	-,053	,042	-,129	-1,264	,209

Dari Tabel 4.17 diatas maka dapat diketahui dari variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga memiliki tingkat signifikansi > 0,05 artinya hasil uji ini menunjukkan bahwa regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (parsial)

Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,185	,437		2,714	,008
	x1	,633	,245	,744	2,585	,011
	x2	,305	,238	,367	1,278	,043
	x3	,334	,068	,412	4,889	,000

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai t_{hitung} sebesar 2,585 dengan signifikan 0,011. Lokasi mempunyai t_{hitung} sebesar 1,278 dengan nilai signifikan 0,043. Harga mempunyai t_{hitung} sebesar 4,889 dengan nilai signifikan 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa signifikan $< 0,05$ sehingga H_1, H_2 dan H_3 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 4.19 Hasil uji simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,938	3	,646	16,834	,000(a)
	Residual	3,492	91	,038		
	Total	5,430	94			

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $16,834 > 2,70$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Uji Determinasi

Tabel 4.20 Output Tabel Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,597(a)	,357	,336	,19590

Dari Tabel 4.20 diatas Angka R sebesar 0,597 yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan variabel Kualitas pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap kepuasan konsumen adalah kuat, karena angka ini berada diatas 0,5. Kemudian untuk angka $adjusted R^2$ menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,357 artinya 35,7%. Perubahan variabel Kepuasan Konsumen disebabkan oleh perubahan variabel Kualitas pelayanan, Lokasi dan Harga yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga memberikan sumbangan terhadap Kepuasan Konsumen.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen memiliki arah yang positif yaitu semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan

konsumen. Kualitas pelayanan yang terus meningkat dapat menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang diperoleh juga semakin membaik, maka perusahaan juga harus terus memperhatikan kualitas pelayanan. Pengaruh positif yang ditunjukkan oleh kualitas pelayanan mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen yang diberikan semakin bertambah.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarini (2013) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung oleh penelitian Normasari (2013) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang didirikan oleh suatu perusahaan akan diikuti dengan jumlah konsumen yang cukup tinggi, sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan lokasi yang diberikan. Naiknya minat konsumen akan seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen hal ini dapat dilihat dari minat konsumen yang semakin meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung oleh penelitian dari Harmaningtayas (2012) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh lokasi yang positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis akan meningkatkan minat konsumen artinya kepuasan konsumen tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Bailiah (2014) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen maka minat konsumen tinggi artinya kepuasan konsumen akan meningkat.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi minat konsumen dalam memilih produk jasa yang diberikan. Dengan harga yang relatif murah yang diberikan oleh perusahaan akan menarik konsumen dalam menggunakan produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka harga sangat berpengaruh dalam suatu perusahaan yang berhubungan dengan konsumen, karena konsumen yang tinggi maka hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang diperoleh adalah baik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rediono (2011) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang relatif maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Haryanto (2013) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah harga yang di tawarkan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pesona Soccer Zone Futsal.
2. Kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Pesona Soccer Zone Futsal.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini pada Pesona Soccer Zone Futsal selama Maret-April 2017, sehingga data yang diuji kurang maksimal.
2. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sangat terbatas yaitu kualitas pelayanan, lokasi dan harga.
3. Responden atau konsumen dalam mengisi kuisisioner ini dalam keadaan sibuk sehingga responden atau konsumen kurang fokus dalam menanggapi pernyataan yang ada dalam kuisisioner.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pesona Soccer Zone Futsal harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan produk jasa yang telah ditawarkan. Sehingga kualitas pelayanan yang baik dapat diberikan dengan pelayanan terhadap konsumen dengan ramah maupun dengan kesabaran yang tinggi.
2. Pesona Soccer Zone Futsal harus mampu mendirikan lokasi yang strategis atau baik untuk perusahaan. Karena lokasi mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Sehingga untuk menarik minat konsumen yaitu dengan mendirikan suatu usaha dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat.
3. Pesona Soccer Zone Futsal harus mampu mengendalikan harga yang ditawarkan kepada konsumen untuk tetap menjaga produk jasa yang ditawarkan selalu dapat bersaing dengan perusahaan yang lain. Sehingga untuk menarik minat konsumen yang berhubungan dengan harga yaitu harga yang mudah dijangkau oleh semua kalangan seperti kalangan pelajar maupun mahasiswa dan juga harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianika, Ninit. 2016 .Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Deepublish.
- Bailiah, jefry FT, DKK 2014. Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. Fak, Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Univ. Samratulangi, Manado.
- Buchari, Alma. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- . 1999. Startegi Pemasaran. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Fandy, Tjiptono . 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- . . 2004. Strategi Pemasaran Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- . . 2005. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu media Publishing.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Univ Diponegoro. Semarang.
- Harminingtayas, Rudika. 2012. Analisis Faktor Pelayanan Fasilitas Promosi Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Paringalian. STIE Semarang.
- Haryanto, Edi. 2013. Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada kantor Samsat Manado. Fak Ekonomi Univ.Sam Ratulangi Manado.
- Henry, Simamora. 2002. Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis, Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Kodu, Sarini. 2013. Harga Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. Fak.Ekonomi dan Bisnis Jur.Manajemen Univ.Samratulangi Manado.
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasarn Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- . . 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: PT.Index kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Nurmasari, Selvi, dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Fak. Ilmu Administrasi Univ.Brawijaya Malang.
- Prayitno. 2012. Jenis Layanan dan Kegiatan Pendukung Konseling. Fak.Ilmui Pendidikan UNP Padang.
- . 2007. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- . . 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV.Alfabeta.
- . . 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2002. Azaz-azaz Pemasaran.Yogyakarta: Liberty



Tanedwin, Rediano. 2011. Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja di Alfamart. Univ. Widyakartika Surabaya.

*) Muhamad Ikhsomudin adalah Alumni Fakultas Ekonomi Unisma

**) M. Hufron. Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma

***) Afi Rachmat Slamet. Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma