

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL GRAND ZURI PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Nama : Aulia Ratu Syahdima

NIM : 212013463.P

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2017

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL GRAND ZURI PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

Nama : Aulia Ratu Syahdima

NIM : 212013463.P

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AULIA RATU SYAHDIMA

NIM : 212013463.P

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, 2017

Penulis



Aulia Ratu Syahdima

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAND
ZURI PALEMBANG**

Nama : **Aulia Ratu Syahdima**

NIM : **212013463.P**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Program Studi : **Manajemen**

Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, 07 Maret 2017

Pembimbing,



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN : 0216057001

Mengetahui,

Dekan

u.b Ketua Prodi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN : 0216057001

MOTTO :

- Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan. (Al-Mujadillah:11)
- Selalu ada Allah untuk orang yang sabar. (Al-Anfal:66)
- Sebaik-baiknya kamu adalah orang yang belajar Al-Qur'an dan yang mengerjakannya. (HR. Bukhari)

Kupersembahkan Kepada :

- ♥ Ayah dan Ibu tersayang yang selalu berdo'a dan senantiasa berkorban untuk putrinya
- ♥ Suami dan Anakku Tercinta
- ♥ Keluargaku
- ♥ Teman-teman Seperjuanganku
- ♥ Almamaterku yang kubanggakan

PRAKATA

Assalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh.

Alhamdulillah rabbil 'aalamiin. Segala puji dan syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Serta salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW. beserta para sahabat dan keluarganya karena atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Grand Zuri Palembang"**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan banyak pihak, terutama kedua orang tuaku, Ayah (H. Mulkan Somad, SE) dan Ibu (Hj. Hikmawati Sohar), ku ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE, M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE, M.Si., dan Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M., selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi dengan penuh kesabaran mulai dari Penyusunan Usulan Penelitian hingga terwujudnya Skripsi ini.
5. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Pengajar, Staff, dan segenap Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah mendidik dan membimbing penulis semasa mengikuti pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Bapak John Johan Tisera, selaku General Manager Hotel Grand Zuri Palembang, Ibu Elly Meydianti Christine selaku Front Office Manger dan seluruh staff Hotel Grand Zuri Palembang yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan survei dan penelitian.
8. Orang yang istimewa dalam hidupku suamiku (Farhan Zulfikar) dan Anakku (Aqilla Shafana Putri) yang sudah memberikan kasih sayang serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Thanks My Beloved
9. Thanks to my family (Kak Dendi, Kak Ari, Mba Ade, Mb Uci, dan Nisa) yang sudah membantu dan memberikan semangat.
10. Seluruh sahabat seperjuangan (Novi Fitriana, Jufita Dianti Utami, Nyimas Nadra) terima kasih untuk kebersamaannya dari awal masuk kuliah sampai sama-sama menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, khususnya teman-teman angkatan 2013 yang senantiasa saling

memberi semangat satu sama lain dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Dan seluruh pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan baik berupa kritik maupun saran yang bersifat membangun, sehingga diharapkan tidak terjadi kesalahan yang sama di masa yang akan datang dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang menggunakannya.

Akhirul kalam, kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dengan ikhlas, sekali lagi penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga, semoga Allah SWT. Akan memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Aamin Yaa Rabbal'Aalamiin.

Wassalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Palembang, Maret 2017

Penulis

Aulia Ratu Syahdima

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PRAKATA.....	v
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Sebelumnya	8
B. Landasan Teori.....	11

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. Simpulan.....	83
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel IV.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden Hotel Grand Zuri Palembang.....	54
Tabel IV.2 Distribusi Pekerjaan Responden Hotel Grand Zuri Palembang.....	54
Tabel IV.3 Hasil Jawaban Responden terhadap 4 Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel IV.4 Hasil Jawaban Responden terhadap 4 Indikator Sub Variabel Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>).....	57
Tabel IV.5 Hasil Jawaban Responden terhadap 4 Indikator Sub Variabel Keandalan (<i>Reliability</i>).....	59
Tabel IV.6 Hasil Jawaban Responden terhadap 4 Indikator Sub Variabel Daya Tangkap (<i>Responsiveves</i>)	60
Tabel IV.7 Hasil Jawaban Responden terhadap 3 Indikator Sub Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>).....	62
Tabel IV.8 Hasil Jawaban Responden terhadap 3 Indikator Sub Variabel Empati (<i>Emphaty</i>).....	63
Tabel IV.9 Hasil Pengujian Validitas	65
Tabel IV.10 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	66
Tabel IV.11 Hasil Analisis Regresi Linier Beerganda.....	67
Tabel IV.12 Hasil Analisis Regresi Secara Bersama-Sama.....	69
Tabel IV.13 Hasil Analisis Regresi Secara Parsial	71
Tabel IV.14 Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Keterkaitan Antara Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pemilik, dan Kepuasan Karyawan	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Responden
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Jawaban Kuesioner dari Responden
- Lampiran 4 : Sura Keterangan Selesai Riset
- Lampiran 5 : Sertifikat AIK
- Lampiran 6 : Sertifikat Toefl
- Lampiran 7 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 : Berita Acara
- Lampiran 9 : Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 10 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Aulia Ratu Syahdima/212013463.P/2017/Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Zuri Palembang/Manajemen. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Adakah pengaruh kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Grand Zuri Palembang. Tujuannya adalah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Grand Zuri Palembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan tempat penelitian di Hotel Grand Zuri Palembang. Variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Data yang digunakan data primer, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah kuantitatif. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa regresi linier berganda ada pengaruh yang positif antara variabel bukti langsung (0,681), kehandalan (-0,043), daya tanggap (-0,022), jaminan (0,292), dan empati (0,074) terhadap kepuasan konsumen. Uji F menyatakan secara simultan ada pengaruh antara variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen. Uji t menyatakan bahwa variabel bukti langsung lebih dominan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Hotel Grand Zuri Palembang.

ABSTRACT

Aulia Ratu Syahdima /212013463.P /2017/The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Grand Zuri Hotel Palembang/Management.

The problem in this study was whether or not there was an influence of service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and direct evidence) to consumer satisfaction at the Hotel Grand Zuri Palembang. The objective of this study was to find out the influence of service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and direct evidence) to customer satisfaction at the Hotel Grand Zuri Palembang. This study was associative research that was conducted at Hotel Grand Zuri Palembang. The variables of this research were service quality and consumer satisfaction. The population in this study was not determined for sure. Meanwhile, the sample of this study was 100 people. The data used in this study was primary data that was taken from questionnaire. The techniques for analyzing the data were validity test, reliability test, multiple linear regression, F_{test} , t_{test} , and determination coefficient. The result of analysis found that; multiple linear regression found there was a positive influence between direct evidence variable (0.681), reliability (-0.043), responsiveness (-0.022), assurance (0.292), and empathy (0,074) to consumer satisfaction. F_{test} found that there was simultaneous influence between direct evidence variable, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to consumer satisfaction. t_{test} found that direct evidence variable gave dominant variable partially on consumer.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Grand Zuri Hotel Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang atau jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis dan cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Pada dasarnya, Menurut Fandy Tjiptono (2010 : 67) kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk yang sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Loyalitas pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi atau tidaknya kebutuhan pelanggan yang tampak dari sikap perilaku pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipresepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subjektivitas si pembeli jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipresepsikan oleh konsumen. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto

(2013:35), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas, dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Hotel Grand Zuri sebagai salah satu hotel yang berbintang empat yang ada di kota Palembang, tidak lagi sebagai insitusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan menunjang kemudahan dalam kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh tamu selama ia tinggal dihotel. Dalam menjalankan bisnisnya hotel Grand Zuri harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut diatas, tampak beberapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran. Sebagai contoh, Hotel Grand Zuri Palembang memiliki beberapa masalah yang dikeluhkan oleh sebagian konsumennya, anatara lain:

1. Pendingin ruangan (AC) yang kurang dingin
2. Jaringan wifi yang lambat
3. Toilet yang mampet
4. Parkir yang sempit
5. Penyajian menu yang kurang bervariasi
6. karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen.

Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Grand Zuri Bukan hanya bukan hanya terdiri dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas bar maupun restoran mewah untuk tujuan wisata. Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa Hotel Grand Zuri Palembang antara lain bukti langsung (*tangible*) meliputi fasilitas hotel, kondisi hotel, dan penampilan karyawan hotel, Keandalan (*Reliability*) meliputi kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi daya tangkap (*Responsiveves*) yang meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, jaminan (*Assurance*) yang meliputi karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani, kemampuan karyawan untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen dan memberikan rasa aman kepada konsumen, serta empati (*Empathy*), yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen. Kelima dimensi di atas dikembangkan oleh Tjiptono (2006 : 70), yang merupakan dimensi kualitas untuk mengukur terhadap kualitas pelayanan.

Jumlah konsumen sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dibidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan sebagai sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin dikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih oleh perusahaan. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat memberikan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan dasar yang baik bagi pengguna jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen serta laba yang diperoleh meningkat. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Hal yang diuraikan diatas berlaku juga bagi usaha hotel. Hotel merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika

jauh dari rumah, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan,. Walaupun gedung hotel dan fasilitasnya sangat menunjang, akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Dari uraian diatas dapat dilihat beberapa pentingnya arti layanan bagi sebuah perusahaan jasa hotel.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Zuri Palembang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh penulis, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada pada Hotel Grand Zuri Palembang dalam bidang pemasaran adalah Adakah pengaruh kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung) terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Zuri Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Grand Zuri Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau gambaran terhadap ilmu pengetahuan dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Hotel Grand Zuri Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan gambaran kepada Hotel Grand Zuri Palembang tentang usaha-usaha yang harus dilakukan dalam menentukan pelayanan jasa yang diharapkan dapat memberikan hasil yang baik dimasa yang akan datang .

3. Bagi Amamater

Penelitian ini dapat menjado suatu acuan yang diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman penulis terhadap suatu inovasi layanan publik serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dibahas.

DAFTAR PUSTAKA

- J. Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan :UntukMenaikkanPangsaPasar*. Jakarta: RinekaCipta.
- Hasan, M. Iqbal (2008). *Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip, And Gary Amstrong. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Jilid 1, PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- ~~(2009). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)~~. Bandung: Alfabeta.
- ~~(2011). Metode Penelitian Pendidikan~~. Bandung: Alfabeta.
- ~~(2012). Metode Penelitian Bisnis~~. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen, CAPS (Center Of Academy publishing Service)*. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy . (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, Georgius Chandra, dan Dani Adriana. (2008). *PemasaranStrategik*. Yogyakarta: Andi.

~~(2010). *StrategiPemasaran*. EdisiKetiga. Yogyakarta: Andi.~~

~~(2011). *Service, quality & satisfaction*. EdisiKetiga. Yogyakarta: Andi.~~

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.