PENGARUH HARGA PROMOSIDAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TRANSPORTASI GRAB BIKE DI KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

OLEH :

Nama : Erik Wibowo

NIM : 212015315

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2020

PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TRANSPORTASI GRAB BIKE DI KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

UntukMemenuhi Salah SatuPersyaratan

MemperolehGelarSarjanaEkonomi

OLEH :

Nama : Erik Wibowo

Nim : 212015315

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2020

PERYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Erik wibowo
NIM	: 212015315
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul	: Pengaruh Harga, promosi dan KualitasPelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Transportasi Grab Bike Di Kecamatan SU 2 Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Stara 1 baik di Universitas Muhamadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama penggarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabilah di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidak benaraan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan atau gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2020

METERAI TEMPEL
TGL. 20
15CFAAHF214013965
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Erik wibowo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhamdiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	**Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Transportasi Grab Bike Di Kota Palembang**
Nama	:	**Erik wibowo**
Nim	:	**212015315**
Fakultas	:	**Ekonomi dan Bisnis**
Program Study	:	**Manajeman**
Konsentrasi	:	**Pemasaran**

Diterima Dan Disahkan
Pada tanggal, Februari 2020

Pembimbing I,

DR. Sri Rahayu,S.E.,M.M
NIDN: 0206016702

Pembimbing II,

Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui,
Dekan
u.b Ketua Program Study
Manajeman

Hj.Martuna Nurrahmi, S.E.,M.Si
NIDN: 0216057001

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Alhamdulliah puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh HargaPromosi Dan KualitasPelayananTerhadapKeputusanKonsumenMemilihTransportasi Grab Bike Di Kecamatan SU 2 Palembang**".

Penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta harun dan Ibu zaleha., sertatriyana sari terima kasih atas doa dan pengorbanan kalian bertiga yang tulus membiayai kuliah demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Jasa kalian berdua sampai kapanpun tidak bisa terbalaskan dengan apapun, tapi saya akan berusaha untuk menjadi anak yang sukses dan bisa membanggakan kalian berdua. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu DR.SriRahayu, S.E..,M.M.danbapakYudhaMahrom DS, S.E., M.Si, selaku Pembimbing Idan II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu sampai selesai Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.
6. Bapak camat., selaku Camat seberangulu 2 , terima kasih telah yang membantu kelancaran dalam penulisan Skripsi ini.
7. Seluruh keluarga besarku tercinta yang telah memberikan doa serta dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Teman seperjuangan dan teman-teman yang memberikan motivasi dan semangat thamrin amandakia, nheliana, ahmadsukri, wandra, hengki Fernando, dan Chandra gunawan
9. Keluarga Besar KKN Posko 141-142

Penulis menyadari bahwa penyajian Skripsi ini secara teknis dan materi masih jauh dari kata kesempurnaan, akan tetapi dengan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis mencoba untuk menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar Skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Wassalamualaikumwr.wb

Palembang, Maret2020

Penulis

ABSTRAK

ERIK WIBOWO/ 212015315/ 2019/ PENGARUH HARGA KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH TRANSPORTASI GRAB BIKE DIKOTA PALEMBANG

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike dikota Palembang. Adakah pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial terhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah 50 0rang, dengan besarnya sampel yang digunakan berjumlah 33 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportionate stratifiec random sampling. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Tekhnik analisis menggunakan regresi linear berganda. hasil uji koefisien determinasi menunjukkan variabel harga kualitas pelayanan dan promosi mampu berkontribusi dengan keputusan konsumen.

Kata kunci :harga, kualitas pelayanan,promosidankeputusankonsumen

Abstrack

The influence of the price of the quality of services and promotion against the decision consumers select transportation grab bike in the city Palembang. The formulation of a problem in this study is there is the influence of the price of the quality of services and promotion in with the same against the decision consumers select transportation grab bike in the city Palembang. The formulation of a problem in this study is there is the influence of the price of the quality of services and promotion in with the parcial the decision consumers select transportation grab bike in the ci Palembang. The population in this study is 50 people with the magnitude of tl samples used number 33 respondents. Teknik a sampel of using proportionate stratifiec random sampling. Used data is the primary data. The data collection through kuisioner. Analysis used data is kualitatif and quantitative analysis. Teknick the use of regressing linear berganda.the coefficient determinasi test result showed variable the price and of thr quality of services and promotion able to contribute to the decision consumers.

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan dalam pendidikan serta perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, sarana transportasi dan komunikasi pun semakin mudah sehingga membuat aktivitas manusia semakin cepat dan praktis.

Globalisasi dan perdagangan global merupakan suatu hal yang tidak terelakkan dari kemajuan teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan pesat telah mengaburkan batas-batas wilayah kerena satu wilayah dapat terhubung dengan wilayah lainnya dalam satu waktu yang sama (khairul amri, 07:20. Dengan munculnya jaringan dan teknologi internet, data sekarang dapat dikelola secara lokal dan remote (Muhammad Ali, 2017:66).

Seiring dengan pertumbuhan pengguna Smartphone di Indonesia mendorong perusahaan berbasis online dari dalam maupun luar negeri mulai hadir dan mengembangkan bisnisnya di Indonesia seperti online shop, transportasi online, dan sebagainya.

Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang pesat dan persaingan pasar semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan antar

produsen menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan sistem pemasaran serta menciptakan strategi apa yang digunakan untuk bersaing dengan perusahaan yang lain karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

Dengan hadirnya bisnis transportasi online yang saat ini sudah dikenal dikota Palembang yaitu gojek dan grab. Kedua perusahaan transportasi berbasis aplikasi ii terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan social masyarakat. Bahkan keua perusahaan ini menjadi perusahaan berbasis aplikasi yang menjadi pilihan utama mayarakat dimnana kedua perusahaan tersebut saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya dengan menawarkan variasi layanan jasa dengan tujuan untuk menciptakan rasa puas pada konsumen karena retensi pelanggan menjadi pekerjaan berat di lingkungan pasar yang sangat padat (Premkumar, G., & Rajan,j.,2017:17).

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas.Perusahaan yang menjualkan jasa berarti menjualkan produknya dalam bentuk kepercayaan.

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan.Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik di mata konsumen.Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atau resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya.

Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah menggunakan jasa tersebut. Pelanggan akan merasa senang dan keewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dalam artian lain, seseorang akan merasa puyas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasilk yang didapattidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberiakn dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus-menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

Untuk mempengaruhi pelanggan, harga merupakan salah satu yang paling yang ditawarkan oleh perusahaan.sehingga dapat menciptakan keputusan pembelian.Penetapan harga produk melalui siklus hidupnya.Tahap pengenalan adalah tahap yang paling menantang.Perusahaan yang menyajikan sebuah produk baru menghadapi tantangan menetapkan harga untuk pertama

kalinya.Mereka dapat memilih antara dua strategi luas, penetapan harga memerah pasar dan penetapan harga dengan penetrasi pasar.

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:4) Selain harga, kualitas pelayanan juga harus diperhatikan, dengan kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa.

Selain itu juga, hal yang perlu diperhatikan yaitu promosi.Menurut Tjiptono (2011:219) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran.Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan untuk mengingatkan para sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian promosi yang maksimal akan meningkatkan daya beli pelanggan.

Harga dan promosi harus tetap dilakukan agar dapat meningkatkan keputusan, dan kulaitas pelayana merupakan hal yang perlu diperhatikan dengan baik oleh perusahaan.Kerna harga, promosi dan kualitas pelayana sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2011:214) keputusan pembelian dapat diartikan sebagai sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian alternative, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan semakin besar. Persaingan yang semakin ketat khusunya dalam bidang transportasi, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan jasa harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan pelanggan sebagai tujuan utama dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing sehingga mendorong PT. Grab Indonesia untuk mengembangkan layanan aplikasi seperti, GrabCar, GrabBike, Grabexpress, Grabfood. Grab di Indonesia telah telah menjadi salah satu kekuatan pengnkutan yang luar biasa di Indonesia dengan menyediakan akses-akses kemudahan seluruh daerah (Grab.com, 13 januari 2018)

Grab adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek. Yang bertujuan yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Perusahaan ini pertama kali berdiri di Malaysia pada tahun 2012. Grab merupakan perusahaan yang berjiwa social yang memimpin revolusi industry transportasi ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Grab dikembangkan di Negara-negara Asia Tenggara khususnya Indonesia.

Kehadiran Grab di Palembang adalah menjadi alat alternative masyarakat untuk bepergian. Kantor pusatnya beralamat di jl. Residen Abdul Rozak, no 112 A, Bukit Sangkal, Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30163 (kompleks ruko seberang BHL). Grab menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, dan bepergian ketika macet.

Aplikasi Grab dapat di unduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi ios atau android.Dengan menggunakan aplikasi di smartphone pelanggan dapat diantar dan dijemput sesuai tujuan. Selain itu Grab juga menyediakan layanan lainnya seperti Grabbike, Grabexpress, Dan Grabfood

Tabel 1.1

Responden Masyarakatkecamatan SU 2 Palembang

Pernyataan	Jumlah Konsumen Grab	
	Setuju	Tidak Setuju
Harganya Terjangkau	24	9
Perbedaan Harga Dengan Aplikasi Lain Tidak Jauh Beda	26	7
Harga Sesuai Dengan Kualitas Pelayanan Driver Dan Aplikasi Grab	28	5
Kesesuaian Harga Dengan Jasa Yang Didapat Konsumen Sepadan	30	3
Bukti Atau Pelayanan Yang Terlihat Baik Oleh Driver Atau Aplikasi Grab Sangat Memuaskan Konsumen	26	7
Respon Driver Grab Dalam Memberikan Pelayanan Sudah Cukup Baik	30	3
Ketangkasan Aplikasi Grab Menangani Laporan Dari Konsumen Atas Driver Yang Nakal	16	17
Jaminan Yang Ditawarkan Aplikasi Grab Lebih Lebih Baik Dibandingkan Aplikasi Lain	22	11
Kepedulian Driver Dalam Membantu Penumpang	31	2
Frekuensi Promosi Yang Stabil	28	5
Kualitas Promosi Yang Sesuai	28	5
Ketepatan Waktu Atau Ketepatan Sasaran	24	9
Waktu Promosi Yang Tepat	24	9
Memesan produk atau jasa grab hanya untuk mengisi saldo ovo (pembayaran non tunai)	15	18
Memberikan rekomendasi kepada orang lain	28	5
Selalu melakukan pembelian	28	5

Sumber : analisasi penulis (2018-2019)

Harga terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Perbedaan harga dengan aplikasi lain tidak jauh beda
3. Kesesuaian harga dengan kualitaspelayanan driver dan aplikasi grab
4. Kesesuaian harga dengan jasa yang didapat konmsumen sepadan

Kualitas pelayanan terdiri dari lima indikator yaitu:

1. Bukti atau pelayan yang terlihat baik oleh driver atau aplikasi grab sangat memuaskan konsumen
2. Respon driver grab dalam memberikan pelayanan sudah cukup baik
3. Ketangkasan aplikasi grab menangani laporan dari konsumen atas driver yang nakal
4. Jaminan yang ditawarkan aplikasi grab lebih baik dibandingkan aplikasi lain
5. Kepedulian driver dalam membantu penumpang
6. Selalu melakukan pembelian
7. Memesan produk atau jasa grab hanya untuk mengisi saldo ovo (pembayaran non tunai)

Promosi terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Frekuensi promosi yang stabil
2. Kualitas promosi yang sesuai

3. Ketetapan waktu atau kesesuaian sasaran
4. Waktu promosi yang tepat
5. Melakukan rekomendasi kepada orang lain

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untukmenghadapi persaingan.Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya.Kenyamanan dan keamanan juga menjadi faktor dalam meraih konsumen. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagio konsumen. Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan judul uraian di atas penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul**Pengaruh Harga, promosidanKualitas PelayananTerhadap Keputusan Konsumen Memilih Transportasi Grab Bike Di kecamatan SU 2.**

Alasanpenulismengambiljudultersebutuntuk di telitikarenamelihatsemakinbanyaknyaapliaksi-aplikasiojek online yang bermunculan di Indonesia.Kenyamanadalahsalahsatukeinginankonsumendalammendapatkanpelayandariaplikasiojek online tersebut.

B. Rumusan Masalah

1.Adakah pengaruh hargaterhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kecamatan SU 2palembang.

2. Adakah pengaruh promositerhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kecamatan SU 2palembang.

3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kecamatan SU 2 Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan. Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh harga, terhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kecamatan SU 2 Palembang.
2. Ada pengaruh promositerhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kecamatan SU 2 Palembang.
3. Ada pengaruhkualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen memilih transportasi grab bike di kecamatan SU 2 Palembang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan atau perbandingan bagi pihak perusahaan Grab untuk dijadikan masukan atau saran dalam meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan pada bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang dapat berorientasi kepada kepuasan pelanggan

2. Bagi penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori bangku kuliah dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

3. Bagi Almamater

   Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya bagi permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Ari Setio. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.

Candra dan Menezes. 2012. *Ekonomi Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Djaslim Saladin. 2013. *Manajemen Personalia Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Elisabeth Endah Natalia. 2016. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.

Fandy, Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi.

Goeth dan Davis. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Cetakan Kedelapan. Jakarta: PT Bumi Aksara..

Husein, Umar. 2011. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Iqbal, Hasan. 2013. *Pokok-pokok Materi Statistik2* (*Statistik Inferensif*). Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Irham Hafidz. 2018. Irham *Hafidz. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab Bike Di Kota Malang*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Kotler dan Amstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Kotler dan Keller. 2016. Ahli Bahasa Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke Tigabelas Jilid 1 dan 2 Cetakan Keempat. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. Suryadana dan Octavia. 2015. *Manajemen Pemsaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Muhammad Ali. 2017. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Cetakan Ketiga. Bandung: CV. Mandar Maju.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. 2011. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Juornal of Marketing, Vol. 49 (41-50)

Premkumar, G., & Rajan,j. 2017. *Perilaku Konsumen. Jilid 1, Edisi Ke 5*. Jakarta Erlangga.

Stanton. 2011. 2000. *Manajemen Pemasaran*,Analisis PERILAKU Konsumen. Yogyakarta: BPFE-UGM.

Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Cetakan Ke-15. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan PendekatanKuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metodologi PenelitianBisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. *Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Graha Ilmu, Yogyakarta

Tjiptono, F dan Chandra, G. 2008. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayu Media Publishing.

Ujang Sumarwan. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. Bandung: PT.Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.