

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA PROGRAM INDIHOME TRIPLE PLAY
PT. TELKOM (CABANG PLASA TELKOM MEDAN)**

Oleh:

Ir. Deni Faisal Mirza, M.M.,
Kristi Endah Ndilosa Ginting, S.E., M.M.,
Adinda Tri Adelia Putri
Desi Widiyanti Brutu

ABSTRAK

The research objective is to test and analyze the effect of price and quality of service on customer satisfaction at PT. Telkom (Plasa Telkom Branch Medan). The researcher conducted research at PT. Telkom (Plasa Telkom Branch Medan) having its address at Medan City, North Sumatra. The researcher plans research activities in April 2019 - September 2019. The approach of this research is quantitative research. Type of quantitative descriptive research. The nature of this research is explanatory descriptive research. The population in this study are some customers at PT. Telkom (Plasa Telkom Branch Medan) is as many as 5219 customers. The population in this study are some customers who make purchases at PT. Telkom (Plasa Telkom Branch Medan) 5219 customers, where for testing validity and reliability used by researchers as many as 30 customers and the rest are 98 customers as a sample test. Before the regression model obtained is used to test the hypothesis, first the model is tested in the classical assumption. The classic assumption test used includes: normality test, multicollinearity test, and heteroscedestity test. This data analysis model uses multiple regression analysis. The results of the study as well as the conclusions of the study are the prices of 5.936 with a significant value of 0.003 partially significant effect on customer satisfaction at PT. Telkom (Plasa Telkom Branch Medan). Service Quality is 2.201 with a significant value of 0.030 partially significant effect on customer satisfaction at PT. Telkom (Plasa Telkom Branch Medan).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu penyedia jasa telekomunikasi yang sudah lama ada di Indonesia adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk atau yang biasa disebut Telkom Indonesia yang merupakan perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara

lengkap di Indonesia. Dan saat ini seperti yang kita ketahui PT. Telkom Tbk melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk terbarunya dimana PT. Telkom Tbk menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor telekomunikasi menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya. IndiHome merupakan layanan Triple Play dari PT. Telkom

Tbk yang terdiri dari Internet Rumah (Fixed Broadband Internet), Telepon Rumah (Fixed Phone) dan TV Interaktif (UseeTV) dengan harga yang bervariasi. Indihome sendiri merupakan produk baru dari PT. Telkom. Dikeluarkannya produk indihome ini sehubungan dengan mulai beralihnya jaringan Telkom dari kabel tembaga ke kabel fiber optic.ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Permasalahan yang dihadapi PT. Telkom sendiri dalam memberikan produk baru ini kepada masyarakat yang akan menjadi pelanggan atau sudah menjadi pelanggan adalah bagaimana cara memuaskan pelanggan tersebut dengan harapan dan kebutuhan pelanggan setelah melakukan pembelian dan merasakan manfaat atas kinerja suatu produk tersebut, apakah kualitas produknya sudah sesuai dengan harganya dan kualitas pelayanannya sendiri sudah memuaskan atau belum sesuai kebutuhan pelanggan tersebut.

II. LANDASAN TEORI

Landasan Teori Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan

Menurut Daryanto (2011 : 57), “Harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat memiliki dari suatu barang atau jasa dengan menggunakan produknya”. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Indriyo dalam Sunyoto (2014 : 131), “Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Harga sebenarnya bukanlah hanya diperuntukkan bagi suatu

produk yang sedang diperjualbelikan di pasar saja tetapi juga berlaku untuk produk-produk yang lain”.

Menurut Hasan (2014 : 72), Indikator harga dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Harga Pokok
2. Diskon
3. Syarat Pembayaran

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 : 74), “Kualitas layanan adalah cerminan dari semua dimensi penawaran produk yang tidak berwujud dan hanya bisa dirasakan yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan tersebut”.

Menurut Bermen dalam Laksana (2017 : 91), Ada 5 indikator dalam kualitas pelayanan, yaitu :

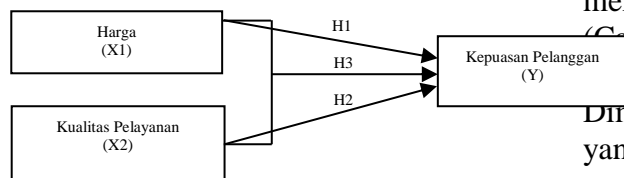
1. Kompeten meliputi keterampilan dan pengetahuan pelayanan.
2. Akses yang meliputi memberikan/menyediakan keinginan pelanggan dan pelayanan mudah dihubungi.
3. Responsif yaitu membantu dengan segera memecahkan masalah.
4. Komunikasi yang meliputi komunikasi yang baik dan biasa mendengarkan pendapat pelanggan.
5. Memahami pelanggan yaitu mengerti dan memahami kebutuhan dari pelanggan.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013 : 180), “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya”.

Menurut Hasan (2013 : 99), ada beberapa metode yang dapat digunakan mengukur kepuasan pelanggan adalah :

1. Kemampuan melayani yaitu tingkat kemudahan dan kecepatan pelayanan.
2. Kompetensi yaitu tingkat keterampilan menyelesaikan masalah.
3. Fitur yaitu keistimewaan fungsi dasar produk.
4. Kesesuaian yaitu kesesuaian spesifikasi produk yang diharapkan.
5. Perbaikan yaitu ukuran kemudahan memperbaiki.

Berdasarkan uraian penjelasan variabel bebas (X1 dan X2) juga variabel terikat (Y) diatas, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah :



Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis sementara penelitian ini dapat disimpulkan yaitu :

- H₁ : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome triple play pada PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan).
- H₂ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome triple pada PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan).

H₃ : Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome triple play PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan).

III. METODE PENELITIAN

III.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan).

III.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif *eksplanatory*.

III.3 Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang melakukan pembelian di PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan) yang berjumlah 5219 orang pelanggan. Dimana untuk mengetahui sampel yang akan diteliti, oleh peneliti menggunakan rumus slovin, dengan sampel yang masih dapat ditolerir (10%). Dan mendapatkan hasil sebanyak 30 orang pelanggan untuk uji validitas dan sisanya adalah 98 orang pelanggan untuk uji realibilitas sebagai uji sampel.

III.4 Teknik Dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, kuisisioner, studi dokumentasi. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Jenis dan sumber data pada penelitian ini adalah data primer,

data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden dan wawancara kepada responden yang ditemui untuk dijadikan *back-up* data. Data primer dalam penelitian ini meliputi hasil pengisian yang dibagikan kepada responden serta

hasil wawancara mengenai fenomena dan profil perusahaan.

Definisi operasional untuk masing-masing variabel terikat dan variabel bebas adalah sebagai berikut:

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X1)	“Harga merupakan imbalan yang diterima oleh suatu organisasi atas penyerahan produk atau jasa kepada konsumen berupa sejumlah uang, dimana harga juga dijadikan salah satu pertimbangan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa”.	1. Harga Pokok 2. Diskon 3. Syarat Pembayaran Sumber : Hasan (2014:72)	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	“Kualitas pelayanan merupakan semua tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan”.	1. Kompeten 2. Akses 3. Responsif 4. Komunikasi 5. Memahami Pelanggan Sumber : Bermen dalam Laksana (2017:91)	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	“Kepuasan Pelanggan merupakan suatu faktor penentu bagi perusahaan apakah pelanggan-pelanggan puas dalam menggunakan produk/jasa yang disediakan perusahaan, bila pelnggan puas maka mereka akan kembali menggunakan produk/jasa yang ditawarkan perusahaan”.	Kepuasan tentang : 1. Kemampuan Melayani 2. Kompetensi 3. Fitur 4. Kesesuaian 5. Perbaikan Sumber : Hasan (2013:99)	Skala <i>Likert</i>

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2011:105), uji asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang akan ditetapkan telah dapat dilakukan analisis dan melihat apakah model prediksi yang dirancang telah dapat dimasukkan ke dalam serangkaian data, maka perlu

dilakukan pengujian data. Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas.

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.

**Tabel Hasil Pengujian Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0E-7
	Std. Deviation		5,92650454
	Absolute		,120
Most Extreme Differences	Positive		,081
	Negative		-,120
	Kolmogorov-Smirnov Z		1,185
Asymp. Sig. (2-tailed)		,120	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel hasil pengujian K-S diatas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,120, dan signifikan pada 0,120, karena nilai signifikan yang diperoleh lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan ini berarti H_1 diterima, artinya data telah terdistribusi normal dimana nilai sig K-S > 0,1 (0,120 > 0,1).

Menurut Ghozali (2016 : 103) “Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar

variabel bebas (*independet*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai toleransi lebih kecil dari 0,1 maka dikatakan bahwa terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel Hasil Pengujian Multikolinearitas
Coefficients^a**

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,993	1,007
,993	1,007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pada Tabel hasil variabel Harga dan Kualitas Layanan nilai VIF sebesar 1,007 lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,993 lebih besar dari 0,1. Hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolonieritas.

Menurut Ghozali (2016:134) "Heteroskedestisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian

dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedestisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedestisitas.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,620	1,610		4,113	,000
1 x1 Harga	,079	,056	,140	1,414	,161
x2Kualitas Pelayanan	,101	,042	,240	2,418	,118

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (*Sig.*) untuk variabel harga adalah sebesar 0,161 dan kualitas pelayanan adalah sebesar 0,118. Hal ini terlihat

bahwa nilai signifikannya diatas tingkat kepercayaan 10% (0,1), maka model regresi tidak mengandung adanya heteroskedestisitas.

IV.2 Statistik Deskriptif

Tabel Hasil Pengujian Statistik Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	21,048	3,690		5,705	,000		
x1 Harga	,758	,128	,516	5,936	,000	,993	1,007
x2Kualitas Pelayanan	,210	,095	,191	2,201	,030	,993	1,007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel diatas, baris pertama merupakan konstanta dan baris selanjutnya menunjukkan konstanta variabel independen. Berdasarkan tabel diatas, maka

didapatlah persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 21,048 + 0,758 \text{ Harga} + 0,210 \text{ Kualitas Pelayanan}$$

Keterangan

1. Konstanta sebesar 21,048 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) adalah nol, maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 21,048.
2. Koefisien harga sebesar 0,758 dan bernilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1 satuan akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pengguna sebesar dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,210 dan bernilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan diikuti oleh kenaikan

kepuasan pelanggan sebesar dengan asumsi variabel lain tetap.

Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghazali (2016:95) "Koefisien R² pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Jika koefisien determinasi (R²) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) adalah kuat terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan)

**Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,535 ^a	,286	,271	5,989

- a. Predictors: (Constant), x2- Kualitas Pelayanan, x1- Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas nilai *Adjusted R Square* 0,271 artinya bahwa kemampuan variasi variabel harga (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) dapat menjelaskan variasi dari kepuasan pelanggan sebesar 27% dan sisanya sebesar 73% dijelaskan oleh variabel – variabel independen yang tidak diteliti seperti citra merek, keputusan pembelian, merek dan lain-lain.

IV.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama – sama antara variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Biasa dapat dilihat dalam tabel ANOVA hasil output SPSS.

**Tabel Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1367,719	2	683,859	19,069	,000 ^b
1 Residual	3406,975	95	35,863		
Total	4774,694	97			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), x2- Kualitas Pelayanan, x1- Harga

Tabel distribusi F dicari dengan melihat derajat kebebasan satu (df₁) = jumlah variabel-1 = 3-1 = 2 dan dengan melihat derajat kebebasan dua (df₂) = n-k1 atau 98-2-1 = 95 (n adalah jumlah dan k adalah jumlah variabel independen) sehingga diperoleh nilai untuk F tabel sebesar 3,09. Dari tabel diatas, maka diperoleh nilai F hitung sebesar 19,069 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, sedangkan F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan 0,1. Atau bahwa nilai F

hitung > F tabel (19,069 > 3,09) dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,1 (0,000 > 0,1). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H₀ dan menerima H₁, sehingga dapat dikatakan hipotesis peneliti diterima, artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan).

IV.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji secara parsial (Uji t) dilakukan untuk menguji signifikan pengaruh variabel – variabel independen yaitu harga dan kualitas

pelayanan secara individual terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada PT. Telkom (Cabang Plasa Telkom Medan) dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikan (α) = 0,1 (10%)

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,048	3,690		5,705	,000
x1 Harga	,758	,128	,516	5,936	,000
x2Kualitas Pelayanan	,210	,095	,191	2,201	,030

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1 atau 98-2-1= 95 (n adalah jumlah data dan k adalah variabel independen). Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,66088.

Dari tabel IV.17 diatas, maka dapat dilihat besarnya t hitung untuk variabel harga sebesar 5,936 dengan nilai signifikan 0,000, sehingga dapat disimpulkan t hitung adalah 5,936 dan t tabel adalah 1,9683. Hasil uji tersebut menunjukkan t hitung > t tabel (5,936 > 1,66088). Dilihat dari signifikannya, nilai signifikan variabel harga adalah sebesar 0,000, lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,1. Jadi hasil perhitungan baik melalui t hitung maupun nilai signifikannya, maka hasil yang diperoleh menolak H_0 dan menerima H_1 menunjukkan bahwa hipotesis peneliti diterima dimana

harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome triple play.

Nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 2,201 dengan nilai signifikan 0,030, sehingga dapat disimpulkan t hitung adalah 2,201 dan t tabel adalah 1,66088. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (2,201 > 1,66088). Dilihat dari signifikannya, nilai signifikan variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,030, lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,1. Jadi hasil perhitungan baik melalui t hitung maupun nilai signifikannya maka hasil yang diperoleh menolak H_0 dan menerima H_1 menunjukkan bahwa hipotesis peneliti diterima dimana kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome triple play.

V. PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial, variabel harga (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Telkom, Tbk (Cabang Plasa Telkom Medan), dengan nilai $t_{hitung} (5,936) > t_{tabel} (1,66088)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$.
2. Secara parsial, variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Telkom, Tbk (Cabang Plasa Telkom Medan), dengan nilai $t_{hitung} (2,201) > t_{tabel} (1,66088)$ dengan nilai signifikansi $0,030 < 0,1$.
3. Secara simultan, variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Telkom, Tbk (Cabang Plasa Telkom Medan) dengan nilai $F_{hitung} (14,961) > F_{tabel} (3,07)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,1$ serta nilai koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) sebesar 27%.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, maka peneliti menyarankan sebagai berikut :

1. Bagi PT. Telkom, Tbk (Cabang Plasa Telkom

Medan) sebaiknya memperhatikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna indihome triple play, perusahaan harus memperhatikan dengan benar harga yang ditawarkan kepada pelanggan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk perusahaan dan dalam menetapkan kualitas pelayanannya juga perusahaan harus lebih memperhatikan dengan baik dan jelas tentang apa yang diinginkan oleh pelanggan karena kualitas pelayanan merupakan elemen yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan indihome triple play.

2. Bagi Universitas Prima Indonesia agar hasil penelitian ini dapat menjadi bahan studi perpustakaan, pembelajaran dan memperkaya penelitian ilmiah di Universitas Prima Indonesia.
3. Bagi peneliti atau hasil penelitian ini dapat sebagai bahan pengetahuan untuk memperluas wawasan penelitian dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.
4. Bagi peneliti selanjutnya, agar bisa mengembangkan teori – teori yang menyangkut variabel yang diduga memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan, seperti :

harga, keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Buku Seru
2. Arikunto, Suharsimin. 2013. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
3. Ghozaly, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Edisi Kedelapan. Semarang : Badan Penerbit Undip.
4. Hasan, Ali.2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
5. Kotler, Philip & Kevin Lanr Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ed, 13 Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
6. Marwanto, Aris. 2015. *Marketing Sukses*. Yogyakarta : Kobis.
7. Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
8. Sanusi, Achmad. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV Pusaka Setia.
9. Sangadji, Etta Mamang dan Shopia. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
10. Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
11. Suchaeri, Heri 2012. *Total Customer Percepatan Laba Sepanjang Masa*. Solo : PT. Tiga Serangkai Pusaka Mandiri
12. Torang, Syamsir. 2014. *Metode Riset Struktur dan Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : Alfabeta.
13. Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
14. Widiana, Muslichah Erma. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung : Karya Putra Darwati.
15. Laksana, Fajar. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Graha Ilmu.
16. Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV Vrama Widya.
17. Haryono, Budi. 2013. *How to Manage Customer Voice*. Yogyakarta : CV Andi Offset