

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRI DI SURABAYA

Deni Iqbal Tawakal

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
deniiqbaltawakal@gmail.com

Nindria Untarini

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
nindriauntarini@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze and discuss the influence of service quality, price, and ease of use on customer satisfaction of Tri. This type of research is quantitative. Samples taken as many as 210 respondents. Measuring tool used was a questionnaire. Analysis of data by multiple linear regression model were analyzed using SPSS 20 software. The results showed that the influence on the quality of service satisfaction, the price effect on satisfaction, ease of use on the satisfaction of 22.1%.

Keywords: Service Quality, Price, Ease Of Use, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dunia usaha di Indonesia pada saat ini telah memasuki persaingan usaha yang sangat ketat. Persaingan ini muncul seiring pesatnya perkembangan teknologi dan peningkatan taraf hidup masyarakat yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kebutuhan manusia yang semakin beragam. Demi mencapai keunggulan daya saing, perusahaan mulai berlomba-lomba terutama persaingan antar provider di bidang jasa komunikasi. Perlahan-lahan pengguna telepon rumah mulai beralih memakai *smartphone* sehingga jumlah pengguna *smartphone* yang semakin tinggi berdampak besar pada kebutuhan telekomunikasi turut membuat persaingan di bidang telekomunikasi semakin ketat.

Persaingan industri seluler baik di industri provider maupun perangkat (vendor) bisa saling mengalahkan bagi perusahaan yang tidak konsisten dan tidak waspada menghadapi pesaing. Provider yang bersaing ketat di Indonesia ada 5 perusahaan yaitu, Telkomsel, XL Axiata, Indosat, Tri Indonesia, dan Smartfren sehingga provider tersebut berlomba-lomba bersaing dengan meningkatkan kualitas layanan, harga dan kemudahan demi membuat pelanggan mendapatkan kepuasan, serta mendapatkan pelanggan baru (sinyal.co.id, 2015).

Provider telekomunikasi harus bisa memberikan kualitas layanan yang baik dalam jaringan dan customer servicenya, membuat pelanggan merasakan senang setelah

menggunakan jasa tersebut, dan mudah dalam mendapatkan jasa layanannya, Perkembangan komunikasi di Indonesia, ponsel masih menjadi layanan komunikasi yang banyak digunakan masyarakat.

Kunci utama perusahaan untuk mempertahankan pasar dalam persaingan kompetisi adalah dengan memberikan kualitas terbaiknya kepada pelanggan sehingga pelanggan akan mendapatkan kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011: 74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan agar perusahaan dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Driver pertama yaitu kualitas layanan. Pelanggan akan mendapatkan kepuasan jika kualitas layanan yang diberikan baik sesuai harapan pelanggan sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan. Pengertian kualitas layanan menurut Tjiptono (2007:59) menjelaskan kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan.

Driver kepuasan yang kedua dalam bisnis jasa yaitu harga. Seperti menurut Irawan (2002:37-40) pelanggan yang

sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan *value of money* yang tinggi.

Driver kepuasan berikutnya dalam bisnis jasa selain kualitas layanan dan harga yaitu faktor kemudahan. Menurut Irawan (2009:39) Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dengan banyaknya provider-provider yang semakin banyak bermunculan maka, persaingan kualitas layanan akan mendominasi, kedepan, industri telekomunikasi menghadapi persaingan lebih berat karena dalam pasar dengan pertumbuhan minimal. Industri telekomunikasi yang bersandar pada kartu perdana mengalami situasi sulit untuk mempertahankan kartunya tetap digunakan pelanggan.

Di TBI tahun 2014 ke 2015 Tri '3' mengalami penurunan meskipun tidak terlalu signifikan yaitu 0,1%. Pengukuran Top Brand Index terdapat 3 kriteria, yaitu *Top of mind share*, *top of market share*, dan *top of commitment share* (www.topbrand-award.com/faq). Di salah satu kriteria dari TBI tersebut yaitu memperhitungkan *top of market share* yang berarti *market share* dari Tri '3' mengalami penurunan.

Berdasarkan data diolah dari berbagai sumber jumlah pelanggan Tri mengalami kenaikan dimana pada tahun Q1 tahun 2015 jumlah pelanggan mencapai 54,80 juta, sedangkan tahun Q2 tahun 2015 jumlah pelanggan sebesar 54,63 juta. Berarti pada tahun antara Q1 ke Q2 tahun 2015, Tri mengalami penurunan pengguna sejumlah 170 ribu pelanggan. Sehingga PT Hutchison 3 Indonesia harus meningkatkan kualitas layanan, menawarkan harga yang kompetitif, dan kemudahan mendapatkan layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Hal pertama yang dilakukan oleh Tri adalah memperbaiki strategi kualitas layanan. Demi meningkatkan kualitas layanan data yang disediakan, Tri melakukan peningkatan infrastruktur berupa penambahan Base Transceiver Station (BTS). "Penambahan BTS jadi salah satu usaha kita supaya pengalaman pelanggan saat menggunakan layanan data meningkat secara signifikan, kini jumlah BTS kami bertambah dua kali lipat dari tahun sebelumnya," ujar Arum Tri Prasodjo, Selaku Corporate Communications Tri Indonesia. (<http://m.liputan6.com/tekno/read/2123536/genjot-kualitas-layanan-data-tri-perbanyak-bts>).

Selain meningkatkan kualitas layanan, Tri memberikan harga tarif paket yang terjangkau sesuai kebutuhan para pelanggannya. Harga tarif paket yang disediakan oleh Tri beragam mulai Rp 3.000 – Rp 150.000 tergantung paket pilihan pelanggan. Selain kualitas layanan yang semakin ditingkatkan dan harga tarif paket yang terjangkau, masih ada kemudahan untuk mendapatkan informasi dan menggunakan layanan dari Tri yaitu pelanggan dapat mengakses informasi melalui website tri.co.id, mengetik *123# maka pelanggan mudah mendapatkan informasi tentang layanan dan memilih paket Tri yang sesuai pilihan. Selain itu, Tri membuka 3 cabang 3Store & 3Kiosk di Surabaya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penting dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan kemudaha terhadap kepuasan pelanggan tri di surabaya.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan

Menurut Lupiyoadi (2009:181) kualitas layanan adalah faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan

Menurut Tjiptono (2007:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan.

Indikator kualitas layanan dalam penelitian ini mengacu pada jurnal Putri (2013). Indikator kualitas layanan yang digunakan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Tjiptono (2008:465) secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang

mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Indikator harga dalam penelitian ini mengacu pada jurnal Karunanithy (2013) dan Lenzun, dkk (2014). Indikator harga yang digunakan yaitu tarif harga sesuai pelayanan yang diberikan dan daya saing tarif harga.

Kemudahan

Menurut Irawan, (2009:39) kemudahan adalah apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Pranindana (2009) kemudahan adalah suatu tindakan yang akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam menggunakan produk atau jasa.

Indikator kemudahan dalam penelitian ini mengacu pada jurnal Mumun (2010). Indikator kemudahan yang digunakan yaitu Kemudahan mendapatkan informasi dan Kemudahan mendapatkan layanan adalah kemudahan pelanggan untuk dalam mendapatkan suatu layanan.

Kepuasan

Menurut Kotler *et al.* (2009:177) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk/jasa yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan.

Menurut Irawan (2009:3-4) Kepuasan pelanggan adalah adanya respon dari hasil akumulasi konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa.

Indikator kepuasan dalam penelitian ini mengacu pada jurnal Putri (2013) dan Ridaningsih (2014). Indikator kepuasan yang digunakan yaitu konsumen merasa puas terhadap sarana dan prasarana yang disediakan Tri, pelanggan merasa puas atas kecepatan akses data Tri yang cepat, pelanggan merasa puas atas tersedianya paket internet Tri yang sesuai kebutuhan, Pelanggan merasa puas atas tersedianya 3 Store diberbagai lokasi.

Kualitas Layanan dan Kepuasan

Ridaningsih (2014) menyatakan kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggannya dan begitu juga sebaliknya.

Menurut Agyapong (2011) menyatakan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, artinya apabila semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pihak perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Menurut Herlina (2008) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan

berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Beberapa pendapat yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan

Harga dan Kepuasan

Menurut Handi Irawan (2002:37-40) pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan *value of money* yang tinggi.

Menurut Putri (2013) bahwa ada hubungan signifikan antara harga yang telah ditetapkan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh Malik, dkk (2012) bahwa harga adalah faktor yang paling penting yang untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kemudahan dan Kepuasan

Menurut Irawan (2009:39) pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

Menurut Chang (2013) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, sebuah kemudahan penggunaan yang baik dapat menyebabkan tingkat kepuasan. Sehingga dari beberapa uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap kepuasan.

Oktaviani (2013) menjelaskan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya responden menganggap akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.

Hipotesis

Berdasarkan kajian teoritis dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Tri di Surabaya.
- H2 : Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan Tri di Surabaya.
- H3 : Terdapat pengaruh positif kemudahan terhadap kepuasan pelanggan Tri di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis rancangan riset pada penelitian ini adalah rancangan riset konklusif dengan pendekatan kausal untuk mencari bukti hubungan sebab akibat melalui pengaruh yang ditimbulkan antara variabel independen dan variabel dependen pada fenomena tertentu dan untuk menentukan sifat hubungan

antara variabel independen dan pengaruh yang akan diperkirakan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seseorang dengan usia minimal 17 tahun yang telah menggunakan dan merasakan Tri minimal selama 1 bulan terakhir dan sedang berkunjung ke 3Store WTC Surabaya, 3Store Darmo, dan 3Kiosk Hitech Mall. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 210. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, data diperoleh melalui penyebaran angket.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari variabel bebas, dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu kualitas layanan, harga, dan kemudahan serta variabel terikat yaitu kepuasan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, dan angket. Wawancara dilakukan untuk mengetahui kesesuaian responden dengan karakteristik populasi yang telah ditentukan, setelah sesuai dengan karakteristik responden yang ditentukan sehingga dapat dijadikan responden penelitian, angket disebarkan kepada 210 responden yang berisi tentang karakteristik demografi responden dan item-item pernyataan tentang variabel penelitian dan dokumentasi dilakukan dengan membaca, memahami dan mempelajari buku, jurnal dan artikel yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan, harga, dan kemudahan terhadap kepuasan.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus dalam pengukurannya setiap item skala mempunyai bobot 1 sampai dengan bobot 5 skala likert (Sarwono, 2007:37).

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Setelah melalui uji validitas, diketahui bahwa semua item-item pernyataan dalam indikator untuk variabel kualitas layanan, harga, kemudahan, dan kepuasan memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,361) sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan pada instrumen penelitian (angket) dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur pengaruh kualitas layanan, harga, dan kemudahan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid atau dapat mengukur variabel-variabel tersebut dengan tepat. Setelah melalui uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan variabel memiliki reliabilitas yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Hasil uji normalitas memperlihatkan bahwa nilai signifikan 0,594 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan residual terdistribusi normal. Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui dengan cara melihat hasil nilai *tolerance* dan VIF. Nilai *tolerance* variabel kualitas layanan, harga dan kemudahan adalah 0,999 dimana nilai ini berada di atas 0,10 dan nilai VIF dari kualitas layanan, harga, dan kemudahan adalah 1,001 dimana nilai ini berada diatas 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji regresi tidak terdapat gejala multikolinieritas. Hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikasi antara variabel kualitas layanan 0,328 variabel harga 0,186 dan kemudahan 0,833 di mana lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Berdasarkan hasil deskripsi karakteristik demografi responden, dapat diketahui bahwa responden yang dijadikan obyek penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 17-20 tahun sebanyak 117 responden, didominasi responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 125 responden, dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 156 responden.

Tahap selanjutnya yaitu menguji model regresi linier berganda. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 1.
HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.131	1.776		1.200	.232
Total_X1	.091	.018	.319	4.951	.000
Total_X2	.204	.053	.248	3.850	.000
Total_X3	.189	.076	.153	2.497	.013

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan, harga, dan kemudahan lebih kecil daripada nilai alpha (0,05) sehingga hipotesis diterima dengan kualitas layanan, harga, dan kemudahan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan tri di surabaya. Sedangkan hasil uji t pada variabel

kualitas layanan, harga dan kemudahan diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai alpha (0,05) yang artinya secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas layanan, harga, dan kemudahan terhadap kepuasan pelanggan tri di Surabaya.

Dari tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,131 + 0,910X_1 + 0,204X_2 + 0,189X_3$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan
- X₁ = Kualitas Layanan
- X₂ = Harga
- X₃ = Kemudahan

Selanjutnya, pengujian menghasilkan nilai R (korelasi) dan R² (koefisien determinasi) sebagai berikut:

Tabel 2.

NILAI KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482	.233	.221	1.413

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas kualitas layanan (X₁), harga (X₂), kemudahan (X₃) terhadap variabel terikat kepuasan (Y). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,221 = 22,1%. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan (X₁), harga (X₂), dan kemudahan (X₃) mempengaruhi kepuasan pelanggan Tri sebanyak 22,1%. Sedangkan sisanya 0,779 , atau 77,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada model regresi linier berganda diatas bisa disimpulkan bahwa kualitas layanan, harga, dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tri di Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, dan kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pada pelanggan Tri. Hal ini dikarenakan bahwa semakin baik kualitas layanan, harga tarif yang terjangkau dan kemudahan dalam penggunaan layanan Tri, maka semakin memberikan berpengaruh kepada pelanggan mendapatkan kepuasan.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga disarankan dalam memilih waktu yang tepat pada saat akan menyebarkan angket apalagi target responden pada

penelitian ini adalah anak muda, sebaiknya peneliti menyebarkan angket pada waktu dimana responden sedang tidak melakukan aktivitas, seperti hari Jumat, Sabtu dan Minggu, karena hari *weekend* tersebut merupakan waktu luang yang memungkinkan responden untuk datang ke lokasi penelitian sehingga responden yang didapat lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

Agyapong, Gloria K.Q. (2011) The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*. www.academia.edu/

Chang, Kuo-Chung dan Baasandulam Byambaa. 2013. The Influence Factors of Online Purchase on Customer Satisfaction in Mongolian Airlines. *International Journal Management*. www.academia.edu/

Herlina. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Merek pada Konsumen Kartu Simpati dan AS di Kabupaten Sleman. *Jurnal Manajemen UNY*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/>

Irawan, Handi D. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua belas Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.

Lenzun, Jessica, dkk. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal Emba Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1237-1245*.

Lovelock, Cristopher H. dan Lauren K. Wright. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Mumun (2010) Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Kartu Telepon Selular IM3 Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Deza Vol 2 No 1 Januari 2010*. etheses.uin-malang.ac.id/1775/9/06410081_Daftar_Pustaka.pdf

Oktaviani, Winda. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

- Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 1 Nomor 5 September 2013*
- Ridaningsih, Retna., Restuti, Sri, SE., MM. Drs Amsal, . Chairul, MM (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Halo Pada Grapari Telkomsel Pekanbaru. Service Provider. *Jom Fekon Vol 1 No.2 Oktober 2014. epository.uin-suska.ac.id/.*
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Pintar Menulis Karya Ilmiah – Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.