

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP YUMN@\_GAMENET DI DESA  
BANGUNJIWO, KASIHAN, BANTUL**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**YUSTA AS**

**11044237**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

2012

**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Warnet  
Raj@.net dan Srikandinet di Cilacap**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :



**ALEXANDER RAJAGUKGUK**

**NIM : 11074596**

**Jurusan : Manajemen**

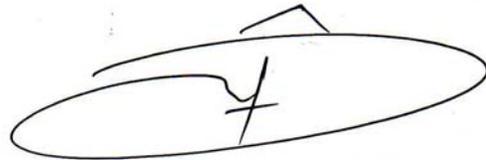
**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

© UKDW

**Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,**

**Dosen Pembimbing Skripsi**



**(Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si)**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

16 JUL 2012

Mengesahkan

Dekan,



(Insiwijati Prasetyaningsih, Dra., MM)

**Dewan Penguji:**

1. Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si

2. Drs. Purnawan Hardiyanto. MecDev.

3. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA

*[Handwritten signatures of the three members of the examination board, each followed by a dotted line for a name or title.]*

## MOTTO

*“Kegagalan terbesar  
adalah apabila kita tidak pernah mencoba”*

*(Robyn Allan)*

*” Berbahagialah orang yang hidupnya tidak bercela dan taat kepada hukum-hukum  
TUHAN ”*

*(Mazmur 119 : 1)*

*“ Apa pun tugas hidup anda, lakukan dengan baik. Seseorang semestinya  
melakukan pekerjaannya sedemikian baik sehingga mereka yang masih hidup, yang  
sudah mati, dan yang belum lahir tidak mampu melakukannya lebih baik lagi “*

*(Martin Luther King)*

*“ Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin  
kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik “*

*(Evelyn Underhill)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

- **Tuhan Yesus Kristus**
- Dosenku Pak **Petra Surya Mega Wijaya, SE., Msi**
- **Papa dan Mama** tercinta
- Kakak-kakak & adikku
- **Teman – teman seperjuanganku di Universitas Kristen Duta Wacana.**
- **Alamaterku Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WARNET RAJ@.NET DAN SRIKANDINET DI CILACAP" dapat berjalan dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat bimbingan, saran, masukan, dan perhatian dari berbagai pihak dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Tuhan** yang selalu memberikan penyertaan dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak **Petra Surya Mega Wijaya, SE., MSi.** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan baik kepada penulis.
3. Bapak-bapak serta ibu-ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Warnet **Raj@.net** dan **Srikandinet** yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat ini.

5. **Papa dan mama** tercinta atas kerja keras, dukungan doa, moral maupun materi selama menempuh bangku perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.
6. Saudara – saudaraku (**Marlina Idawati Rajagukguk, Charles Amron Rivai Rajagukguk Sunardi Gunawan Rajagukguk** dan **Haposan Muba Rajagukguk**) yang memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
7. **Indarti Noviana** yang selalu membantu, memberi dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
8. Teman–teman terbaikku : Anak – anak **Ayee Community**, anak – anak **Management Football Club**, dan anak – anak **Ikaru** dan **Redzel**, yang sudah memberi semangat, inspirasi, masukan dan menghibur pada saat jenuh.

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, Desember 2010

Penulis,

Alexander Rajagukguk

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Batasan Masalah.....	4

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Pengertian Pemasaran .....	6
2.2. Marketing Mix.....	7
2.3. Produk.....	10
2.4. Jasa.....	10
2.5. Kualitas Jasa.....	11
2.6. Dimensi Kualitas Jasa.....	12
2.7. Kepuasan Konsumen.....	13
2.8. Hipotesis.....	14

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Populasi dan Penelitian Sampel.....	15
3.1.1. Populasi.....	15
3.1.2. Sampel.....	15
3.2. Data.....	16
3.2.1. Data Primer.....	16
3.2.2. Data sekunder.....	16
3.3. Pengukuran Variabel.....	17
3.3.1. Definisi Variabel.....	17
3.3.2. Variabel Penelitian.....	17
3.3.3. Pengukuran Variabel.....	19

3.4 Metode Analisis Data.....	20
3.4.1. Uji Validitas.....	20
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	21
3.4.3. Analisis Prosentase.....	22
3.4.4. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan.....	22

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
4.1.1. Uji Validitas Kuesioner.....	26
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	27
4.2. Analisis Prosentase Profil Responden.....	28
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan usia.....	29
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	30
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	30
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	31
4.2.6. Kesimpulan.....	32
4.3. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan.....	32
4.3.1. Perhitungan Tingkat Kepentingan.....	35
4.3.2. Perhitungan Tingkat Kepuasan Raj@.net.....	37
4.3.3. Perhitungan Tingkat Kepuasan Srikandinet.....	40
4.3.4. Analisis Kepuasan Warnet Raj@.net dan Srikandinet.....	43

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	47
5.1.1. Analisis Prosentase Berdasarkan Profil Konsumen.....	47
5.1.2. Analisis Indeks Konsumen Pelanggan.....	47
5.1.3. Analisis Kepuasan Konsumen Warnet Raj@.net dan Srikandinnet.....	48
5.2. Saran.....	48
5.2.1. Saran Bagi Warnet Raj@.net.....	48
5.2.2. Saran Bagi Warnet Srikandinnet.....	49

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Tes Validitas.....	27
Tabel 4.2.	Tes Reliabilitas.....	28
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	30
Tabel 4.7.	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	49
Tabel 4.8.	Tingkat Kepentingan.....	35
Tabel 4.9.	Urutan Tingkat Kepentingan Atribut.....	36
Tabel 4.10.	Tingkat Kepuasan Raj@.net.....	37
Tabel 4.11.	Urutan Tingkat Kepuasan Raj@.net.....	38
Tabel 4.12.	Tingkat Kepuasan Srikandinnet.....	40
Tabel 4.13.	Urutan Tingkat Kepuasan Srikandinnet.....	41
Tabel 4.14.	Analisis Kepuasan Atribut Pada Raj@.net dan Srikandinnet...45	

## DAFTAR GAMBAR

4.1. Skala Indeks Kepuasan Konsumen.....	34
4.2. Skala Indeks Kepuasan Pelanggan Raj@.net.....	40
4.3. Skala Indeks Kepuasan Pelanggan Srikandinet.....	43

© UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Jawaban Responden
Lampiran III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran IV	Karakteristik Responden
Lampiran V	Uji Hipotesis
Lampiran VI	Tabel r
Lampiran VII	Surat Ijin Penelitian



UKDW

## ABSTRACT

Consumer satisfaction is an increasingly important marketing orientation to be implemented; it is intended to increase sales and to maintain customers as loyal customers. Thus, consumer satisfaction is a key factor to win the competition, especially in the era of competition in an increasingly competitive business and critical consumer behavior in making purchases. The understanding of consumer needs and wants is something very important and should be considered by all companies in order to achieve success in the marketing of their services.

This study was to determine the level of consumer satisfaction for Warnet Raj@. net & Warnet Srikandinet in Cilacap. The data are obtained by observation through spreading of 100 questionnaires to 100 consumer respondents who had ever used the services of Warnet Raj @.net & Warnet Srikandinet. The analysis method of the study used statistical tests like validity and reliability tests, percentage analysis, and analysis of customer satisfaction index (CSI).

Based on the analysis results of CSI, the research results show that Warnet Raj@.net has CSI in a higher level of 287.22 comparing to that of 285.88 for Warnet Srikandinet. However, the overall consumer of both internet cafes feels neutral; this is based on the ICS predetermined range. The results of the percentage analysis show that the respondents consists of 81% male, 76% maximum 20 years of age, 71% students, 95% up to high school of education, and 76% maximum Rp. 500,000 of income.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Service, Marketing Mix, Dimension of Service Quality



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat serta kebijakan ekonomi global yang menyentuh semua lini bisnis, konsumen tumbuh menjadi lebih kritis dalam pemilihan jasa dan produk yang mereka inginkan. Terjadi perubahan pola pikir, dimana mereka memilih produk sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan selera masing-masing. Dengan kata lain, konsumen mengerahkan sumber daya yang ada untuk memenuhi kepuasannya atas suatu produk dan jasa.

Di sisi lain, pelaku bisnis selalu ingin memberikan yang terbaik kepada konsumen dengan menawarkan potensi, kualitas dan pelayanan terbaik. Untuk itu perusahaan berusaha menggali dan memenuhi kebutuhan pelanggan serta memuaskan mereka.

Warung internet (Warnet) merupakan salah satu bidang bisnis yang saat ini banyak diminati oleh pelaku bisnis. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang cepat dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat membuat Warnet menjadi bisnis yang memiliki prospek yang sangat baik. Hal ini terjadi karena pada saat ini masyarakat tidak hanya membutuhkan penyampaian dan penerimaan informasi atau berita secara cepat melalui fasilitas internet akan tetapi konsumen juga mendapatkan hiburan dan kepuasan melalui aplikasi-aplikasi atau layanan-layanan yang semakin

beragam, seperti layanan jaringan sosial (*friendster*, *facebook* dan *twitter*) serta *game online*. *Game online* merupakan salah satu *software* dalam dunia *cyber* (maya) yang berhasil diciptakan untuk memfasilitasi kebutuhan akan variasi dari bentuk komunikasi dengan menggabungkan fasilitas komunikasi dengan sarana hiburan yaitu *game* dengan format digital animasi yang lebih dahulu telah berkembang luas di masyarakat dunia. *Game online* ini merupakan layanan internet yang saat ini menjadi kesukaan banyak konsumen.

Perkembangan *game online* di Indonesia terhitung sangat pesat. Menurut PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk., industri *game online* akan tumbuh 33% setiap tahun dalam lima tahun mendatang. Pendorongnya adalah penetrasi internet dan tren media sosial yang bersifat interaktif ([indonesiafinancetoday.com](http://indonesiafinancetoday.com)). Berdasarkan estimasi kenaikan 33%, para gamers tahun ini diperkirakan mencapai 4 juta. Jumlah *game online* yang beredar saat ini sekitar 20 game. Nilai pasar industri *game online* tahun 2011 mencapai Rp 280 miliar.

Di Yogyakarta, Warnet khusus untuk *game online* yang biasa disebut dengan *gamenet* sudah banyak bermunculan. Biasanya pangsa pasar *gamenet* itu adalah para remaja yang bersekolah di tingkat SMP, SMA maupun Perguruan tinggi. *Gamenet-gamenet* tersebut bersaing dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana yang dimiliki, seperti: Luasnya ruangan, banyaknya unit komputer, dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya seperti tersedianya ruang tunggu dan kantin kecil. Selain itu, *gamenet* juga bersaing

dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Banyaknya mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta dan tingginya minat remaja pada *game online* memberikan dampak yang positif bagi usaha *gamenet* di Yogyakarta. Bisnis ini tidak hanya merambah pusat kota Yogyakarta, tetapi juga bermunculan di wilayah pinggiran kota. Salah satu wilayah yang dimaksud adalah di Kecamatan Kasihan, khususnya yang berada di daerah Jalan Lingkar (*Ringroad*) Selatan dan masuk wilayah Kabupaten Bantul.

Ada satu *gamenet* di wilayah Kecamatan Kasihan yang ramai dikunjungi oleh konsumen yaitu: Yumn@\_gamenet. *Gamenet* yang memiliki 20 unit komputer ini melayani konsumen bermain *game online* sejak tahun 2010 (dua tahun yang lalu), dan sampai saat ini masih dikunjungi oleh konsumen-konsumen yang setia, meskipun ada banyak *gamenet* lain yang memberikan pelayanan serupa. Hal ini mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut tentang kepuasan konsumen Yumn@\_gamenet yang berada di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas adalah: Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitiannya adalah: Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1. Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau masukan bagi Yumn@\_gamenet yang ingin mengetahui tingkat kepuasan terhadap layanan jasa *game online*.

#### 2. Penulis

Penelitian ini merupakan penerapan teori-teori yang telah diperoleh dari bangku kuliah untuk diterapkan pada kondisi yang nyata dalam suatu lingkungan.

#### 3. Bagi pihak lain

Sebagai sarana untuk memperluas wawasan bagi pembaca mengenai kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

### **1.5 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka rumusan masalah tersebut perlu dibatasi agar tidak terlalu luas. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

**1.5.1** Responden yang diteliti adalah konsumen Yumn@\_gamenet yang pernah menggunakan *gamenet* ini.

**1.5.2** Atribut yang akan di pakai dalam penelitian yaitu :

1. *Tangible* (Berwujud)
  - a. Kamar yang menjamin privasi konsumen.
  - b. Tempat duduk yang nyaman.
  - c. Tersedianya *headset*.
  - d. Tersedianya AC.
2. *Reliability* (Keandalan)
  - a. Kecepatan akses Internet.
  - b. Kualitas Komputer.
  - c. Perangkat komputer yang selalu diperbaharui
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)
  - a. Keramahan Operator.
  - b. Kecekatan Operator.
4. *Assurance* (Jaminan)
  - a. Kenyamanan suasana *gamenet*.
  - b. Kesesuaian harga dengan pelayanan pendukung.
  - c. Bebas dari *free sex*
  - d. Keamanan parkir
5. *Empaty* (empati)
  - a. Cepat memberi bantuan tanpa diminta.
  - b. Melayani dengan sabar
  - c. Cepat memberikan solusi.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian terhadap 100 responden yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul terhadap pelayanan yang diberikan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **5.1.1 Analisis Prosentase Berdasarkan Profil Konsumen**

Dari analisis persentase, dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin pria dengan prosentase 96%, usia maksimal 20 tahun 66%, pekerjaan Pelajar/Mahasiswa 60%, pendidikan maksimal SMA 89% dan penghasilan maksimal Rp 500.000,- dengan prosentase 76%.

##### **5.1.2 Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan**

Secara keseluruhan dari analisis IKP, kesimpulan yang didapat adalah konsumen Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul merasa netral akan pelayanan yang diberikan yang ditunjukkan dengan angka 287,22. Kesimpulan ini didapat berdasarkan range yang telah ditetapkan dalam IKP.

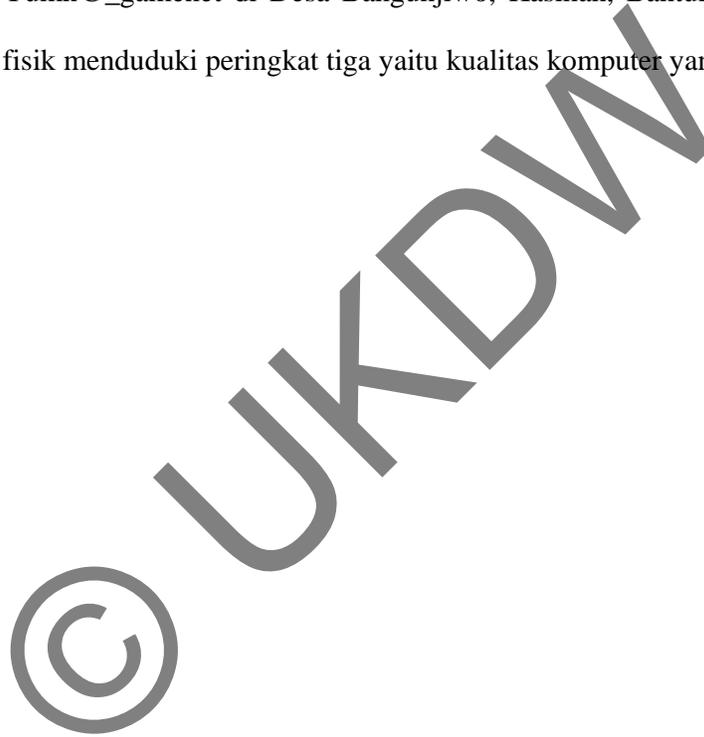
Secara keseluruhan, peneliti menganggap bahwa gamenet ini sudah memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik karena semua kepuasan konsumen berasal dari kualitas pelayanan dan sumber daya manusia yang handal dan berkompeten dalam memberikan pelayanan yang tepat kepada para konsumen. Jika aspek sumber daya manusia dan kualitas layanan sudah bisa diterapkan dengan baik, untuk aspek seperti fasilitas fisik bisa dengan mudah untuk ditingkatkan. Hal terpenting adalah aspek sumber daya manusia, komponen ini penting dalam memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik dan aspek sumber daya manusia sangat tidak mudah untuk ditiru oleh pesaing.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan – kesimpulan yang telah diambil diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan bahan pertimbangan bagi Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul.

1. Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul harus lebih banyak lagi berbenah diri agar mampu berkompetisi di masa depan.
2. Suasana gamenet yang nyaman perlu ditingkatkan terus secara bertahap karena membutuhkan waktu untuk membuat konsumen percaya terhadap fasilitas atau layanan yang diberikan.
3. Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) karena hal yang paling penting yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa harapan konsumen

akan kualitas pelayanan yang tinggi masih cukup jauh untuk dicapai oleh Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia (SDM) sangat berperan besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen dibandingkan fasilitas fisik yang ditawarkan. Dalam urutan tingkat kepuasan Yumn@\_gamenet di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul, faktor fasilitas fisik menduduki peringkat tiga yaitu kualitas komputer yang bagus.



## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2003, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, edisi II, AMP YKPN, Yogyakarta.
- Amstrong, G., & Philip, K, 1996, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhalindo, Jakarta.
- Amstrong, G., & Philip, K, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia Group.
- Azwar, S., 1997, *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi III, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ghozali, I, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P., 1997, *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, P., 2000, *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. PT macam jaya cemerlang
- Kotler, P., 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Parasuraman, A., Valerie A., & Leonard L, 1988, *A MultipleItem Scale for Measuring Consumer Perception on FutureResearch*, Journal of Marketing , Vol. 49/1.
- Stanton, W., 1993, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, W., 1996, *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7, jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Sekaran, U., 2003, *Research Methods for Business : Skill-Building Approach*, Fourth Edition, New York : John Wiley & Sons Inc.
- Suratno, B., & Rismiati, C, 2001, *Pemasaran barang dan jasa*. Yogyakarta: Kanisius
- Sugiyono., 1999, *Statistik untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F., 1999, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke II, Yogyakarta: Andi Offset.