

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN JASA *OUTSOURCING* PT. SWABINAGATRA DI GRESIK**

Muhammad Cahyani, SE. MM.

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap dan empati dan perilaku konsumen terhadap loyalitas / minat pembelian ulang jasa outsourcing melalui kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada PT Swabinagatra Gresik.*

*Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan path analysis dan teknik Non-Probability Sampling. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dari para pengguna jasa (End User) dengan pendekatan accidental sampling. Pengumpulan data diambil dengan menggunakan metode kuesioner tertutup dengan menggunakan skala likert.*

*Pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang dan variabel perilaku konsumen terhadap minat pembelian ulang melalui variabel kepuasan konsumen :*

- 1. Pengaruh langsung / direct effect (DE),  $X_1$  ke Z melalui Y sebesar 0,564.*
- 2. Pengaruh tidak langsung / indirect effect (IE),  $X_2$  ke Z melalui Y sebesar 0,309.*

*Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh langsung ke minat pembelian ulang dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari kualitas pelayanan ke kepuasan konsumen sebagai intervening lalu ke minat pembelian ulang. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,434 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu  $(0,515) * (0,253) = 0,130$ . Sehingga pengaruh total kualitas pelayanan ke minat pembelian ulang adalah sebesar  $0,434 + 0,130 = 0,564$ . Sedangkan hasil analisis jalur yang kedua menunjukkan bahwa perilaku konsumen dapat berpengaruh langsung ke minat pembelian*

*ulang dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari perilaku konsumen ke kepuasan konsumen sebagai intervening lalu ke minat pembelian ulang. Besarnya pengaruh langsung adalah 0,229 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu  $(0,317) * (0,253) = 0,080$ . Sehingga pengaruh total perilaku konsumen ke minat pembelian ulang adalah sebesar  $0,229 + 0,080 = 0,309$ .*

**Kata kunci : kualitas pelayanan, perilaku konsumen, minat beli ulang, kepuasan konsumen**

## PENDAHULUAN

Persaingan dibidang usaha terutama dibidang jasa semakin kompetitif. Hal ini diikuti dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat dan membawa pengaruh lingkungan yang cukup besar menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepada Kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kondisi ini cukup terlihat dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap Kepuasan konsumen dalam penyampaian visi, misi, tujuan dan target perusahaan. Disisi lain banyak juga perusahaan yang menyadari bahwa Kepuasan konsumen merupakan sebuah tuntutan dari komitmen sehingga perusahaan harus mewujudkan komitmennya dengan berbagai macam cara dan strategi agar dapat mempertahankan pasarnya untuk agar melakukan pembelian ulang.

Kotler (2006;109) menjelaskan bahwa : "Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar persepsi pelanggan yang merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa". Kotler (2006;214) juga menjelaskan bahwa : "Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan

informasi untuk membentuk suatu gambaran yang berarti mengenai dunia".

Perilaku konsumen dalam sebuah perusahaan merupakan bentuk interaksi antara karakteristik individu dengan karakteristik disuatu perusahaan. Setiap individu dalam perusahaan semuanya akan berperilaku berbeda satu sama lain, dan perilakunya ditentukan oleh masing-masing lingkungannya yang memang berbeda sehingga dapat berdampak pada minat untuk melakukan pembelian ulang karena merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan.

Implementasi kualitas layanan jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan pelayanan prima kepada konsumen dengan tujuan untuk menciptakan Kepuasan konsumen. Kualitas layanan yang di berikan oleh perusahaan akan menimbulkan penilaian positif terhadap konsumen atas kualitas layanan yang diberikan. Upaya meningkatkan *performance* dan produktivitas serta kinerja perusahaan dalam hal pengelolaan sumberdaya manusia cenderung diserahkan ke pihak lain yang ahli dalam bidang pengelolaan tenaga kerja atau lebih dikenal dengan istilah Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja.

Perkembangan perusahaan penyedia jasa tenaga kerja yang lebih dikenal dengan istilah Perusahaan

Penyedia Jasa Pekerja / Buruh (PPJP/B) terus berkembang seiring dengan semakin kompleksnya permasalahan ketenagakerjaan di Indonesia mulai dari proses rekrutmen tenaga kerja, pemberian hak pekerja, pendaftaran jamsostek, produktivitas kerja hingga *performance* pekerja dalam menjalankan pekerjaannya. Sehingga Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja / Buruh (PPJP/B) harus memenuhi aspek hukum seperti perijinan, persyaratan administrasi menjadi Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja / Buruh (PPJP/B), sertifikasi dan lain-lain serta aspek-aspek kompetensi yang dibutuhkan perusahaan pengguna jasa tenaga kerja.

Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja / Buruh (PPJP/B) adalah salah satu bentuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan sehingga perlu memperhatikan lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan indikator oleh para konsumennya dalam menilai apakah jasa pelayanan tersebut berkualitas atau tidak. Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja / Buruh (PPJP/B) selalu berupaya untuk senantiasa mempertahankan konsumen yang sudah ada dan berusaha memperoleh konsumen baru. PT Swabinagatra adalah Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja / Buruh (PPJP/B) yang berdiri sejak tanggal 28 Oktober 1988 yang berkantor pusat di jalan raya RA. Kartini No. 21.A – Gresik. Adapun bidang usaha PT. Swabinagatra adalah Penyedia Jasa Tenaga Kerja, Jasa Pengamanan, Jasa Cleaning service, Persewaan Kendaraan dan Produsen Air Minum dalam Kemasan (AMDK) "SWA".

Berdasarkan bidang usaha yang dijalankan oleh PT Swabinagatra, dapat diketahui bahwa PT Swabinagatra merupakan perusahaan outsourcing dan perusahaan manufaktur yang cukup potensi di wilayah Kabupaten Gresik.

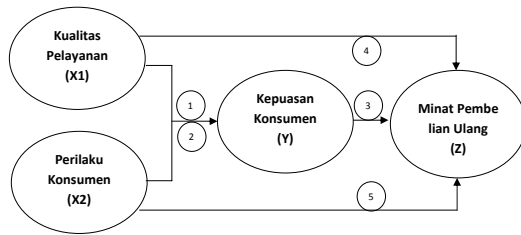
Gresik merupakan salah satu kota industri di Jawa Timur dengan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia yang cukup handal. Analisa awal peneliti memperhatikan kondisi perusahaan PT Swabinagatra dalam hal penanganan kualitas layanan dan perilaku konsumen untuk mendapatkan kepuasan konsumen guna mempengaruhi minat pembelian ulang, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana jasa *outsourcing* PT Swabinagatra bisa diterima di lingkungan Kabupaten Gresik. Adapun lingkup penelitian dibatasi pada jasa penyediaan tenaga kerja.

Tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Untuk Menguji Kualitas Pelayanan dan Perilaku konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT Swabinagatra Gresik
2. Untuk Menguji Kualitas Pelayanan dan Perilaku konsumen berpengaruh terhadap Minat Pembelian Ulang jasa *outsourcing* PT Swabinagatra Gresik
3. Untuk Menguji Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Minat Pembelian Ulang jasa *outsourcing* PT Swabinagatra Gresik
4. Untuk menguji Kualitas Pelayanan dan Perilaku konsumen berpengaruh secara tidak langsung terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT Swabinagatra Gresik
5. Untuk Menguji Kualitas Pelayanan dan Perilaku konsumen berpengaruh secara langsung terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT Swabinagatra Gresik

Berdasarkan teori-teori dan kajian empiris yang berkenaan dengan Kualitas Layanan, Perilaku Konsumen, Minat Beli

Ulang dan Kepuasan Konsumen, Maka disusunlah model kerangka konseptual sebagai berikut:



Keterangan :

Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) dan Perilaku Konsumen (X2) secara tidak langsung terhadap Minat Pembelian Ulang (Z) melalui Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel intervening.

Dari kerangka konseptual tersebut maka dapat dibuat hipotesis untuk menjawab sementara rumusan masalah penelitian diatas adalah sebagai berikut:

- Hipotesa 2a** : Diduga ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Perilaku Konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT Swabina gatra Gresik.
- Hipotesa 2b** : Diduga ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Perilaku Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen jasa *outsourcing* PT Swabina gatra Gresik.
- Hipotesa 2c** : Diduga ada pengaruh signifikan Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Minat Pembelian Ulang jasa *outsourcing* PT Swabina gatra Gresik.
- Hipotesa 2d** : Diduga ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Perilaku konsumen berpengaruh secara tidak langsung terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT Swabina gatra Gresik.

- Hipotesa 2e** : Diduga ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Perilaku konsumen berpengaruh secara langsung terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan konsumen jasa *outsourcing* PT Swabina gatra Gresik.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian bertempat di PT. Swabinagatra Jl. RA. Kartini No. 21.A Gresik, Sub Bidang Usaha (SBU) Jasa Tenaga Kerja dan Borongan, dengan jumlah populasi 100 orang, dan dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh yaitu keseluruhan dari jumlah populasi, sehingga jumlah sampel adalah 100 orang.

Sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, dalam hal ini pihak *end user*. Dan data sekunder diperoleh dari buku-buku referensi mengenai teori yang ada dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian seperti data mengenai sejarah, visi dan misi PT Swabina gatra. Dan hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi penelitian maupun sumber teori penulisan penelitian ini.

Tehnik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Path Analisis , yaitu Analisis jalur yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh langsung atau tidak langsung dari variabel independen (X), variabel dependen (Y) dan variabel (Z) dan Uji Regresi Linier Berganda, yaitu Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikansi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen ( Y ), dengan persamaan :

1. **Kepuasan Konsumen (Y) =  $\beta_1$  Responsibility (X1) +  $\beta_2$  Reliability (X2) +  $\beta_3$  Assurance (X3) +  $\beta_4$  Emphaty (X4)+  $\beta_5$  Tangible (X5) +  $\beta_6$  Perilaku konsumen (X6)**
2. **Minat Pembelian Ulang (Z) =  $\beta_1$  Responsibility (X1) +  $\beta_2$  Reliability (X2) +  $\beta_3$  Assurance (X3) +  $\beta_4$  Emphaty (X4)+  $\beta_5$  Tangible (X5) +  $\beta_6$  Perilaku konsumen (X6)**

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 1**

Hasil Uji Validitas (KMO and Bartlett's Test)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.827
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	174.650
	Df	10
	Sig.	.000

Dari hasil uji KMO didapatkan nilai sebesar 0,827 (lebih besar dari 0,5) dan angka signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa instrument variabel kualitas pelayanan adalah valid.

**Tabel 2**  
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,858	Reliabel
Perilaku konsumen	0,704	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,632	Reliabel
Minat pembelian ulang	0,849	Reliabel

Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan *Cronbach Alpha Coeficient Data* yang diperoleh akan dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar atau

sama dengan 0,6, dan hasil uji reliabilitas didapatkan nilai : Kualitas Pelayanan (0,858), Perilaku Konsumen (0,704), Kepuasan Pelanggan (0,632) dan Minat Pembelian Ulang (0,849), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan reliabel.

**Tabel 3**

**Koefisien *tolerance value* dan VIF Masing-masing Variabel Persamaan I**

Variabel Bebas	<i>Tolerance Value</i>	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,616	1,624	Non multikolinieritas
Perilaku konsumen	0,616	1,624	Non multikolinieritas

**Tabel 4**

**Koefisien *tolerance value* dan VIF Masing-masing Variabel Persamaan II**

Variabel Bebas	<i>Tolerance Value</i>	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,455	2,198	Non multikolinieritas
Perilaku konsumen	0,541	1,850	Non multikolinieritas
Kepuasan konsumen	0,445	2,248	Non multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas diperoleh nilai *tolerance value* dan VIF dari variabel bebas adalah lebih besar 0,10 dan lebih kecil dari 10, baik pada persamaan I (Kualitas Pelayanan = 0,616 dan Perilaku Konsumen = 0,616)) maupun persamaan II (Kualitas Pelayanan = 0,455, Perilaku Konsumen = 0,541 dan Kepuasan Pelanggan = 0,445), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah multikolinieritas.

### Hasil Pembuktian Hipotesis

Uji Regresi linier berganda dari persamaan :  $Y = 0,597X_1 + 0,247X_2 + 0,314Y_1 + \epsilon_p$ , Secara *simultan*,

pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  terhadap  $Z$  adalah sebesar 0,656 (65,6%), sisanya 34,4% dipengaruhi faktor lain di luar model. Model simultan terjadi signifikan. Dengan memperhatikan probabilitas  $F$  sebesar 60,943 pada  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ .

Uji Path Analisis dari persamaan :

1. Pengaruh langsung / *direct effect* (DE),  $X_1$  ke  $Y_2$  melalui  $Y_1 = \rho Y_1 X_1 \times \rho Y_2 Y_1 = (0,515) \times (0,253) = 0,130$ . Dengan demikian pengaruh totalnya  $= \rho Y_1 X_1 + IE = 0,434 + 0,130 = 0,564$ .
2. Pengaruh tidak langsung / *indirect effect* (IE),  $X_2$  ke  $Y_2$  melalui  $Y_1 = \rho Y_1 X_2 \times \rho Y_2 Y_1 = (0,317) \times (0,253) = 0,080$ . Dengan demikian pengaruh totalnya  $= \rho Y_2 X_2 + IE = 0,229 + 0,080 = 0,309$   
Total Pengaruh  $= p4 + (p1xp3) = 0,434 + (0,515 \times 0,253) = 0,564$

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra – Gresik” yang peneliti lakukan dengan menggunakan alat bantu program SPSS 18.0.

Uji hipotesis diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, bahwa Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Perilaku Konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat pembelian ulang ( $Z$ ) Pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra – Gresik”, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan dapat dibuktikan kebenarannya.

2. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, bahwa Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Perilaku Konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) Pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra – Gresik”, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan dapat dibuktikan kebenarannya.
3. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh langsung terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra – Gresik”, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan dapat dibuktikan kebenarannya.
4. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra – Gresik”, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan dapat dibuktikan kebenarannya.
5. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, bahwa Kualitas Pelayanan dan Perilaku Konsumen berpengaruh tidak langsung terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra – Gresik”, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan dapat dibuktikan kebenarannya.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas yang merupakan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh Mutu Pelayanan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Jasa Outsourcing PT. Swabinagatra Gresik”, maka dapat disampaikan

saran, bahwa mengingat adanya pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas pelayanan dan perilaku konsumen terhadap minat pembelian ulang melalui Kepuasan Konsumen, maka perusahaan harus mempertahankan atribut-atribut dalam variabel-variabel tersebut agar minat pembelian ulang / *repeat purchase* jasa *outsourcing* PT. Swabinagatra Gresik tetap terjaga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Jakarta : Penerbit PT Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2006. *Customer Service yang baik landasan Pencapaian Customer Satisfaction*. Jakarta : Usahawan No.01 th.XXXII Januari 2006.
- Boyd, W., Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga.
- Cooper, Donald R, Emory, C, W. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Terjemahan Ellen G. Sitompul dan Imam Nurmawan, Editor Damos Sihombing dan Yati Sumiharti, edisi 5. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyati,R. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Semarang.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terjemahan Drs. Benyamin.
- Lupiyoadi, H. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat. Molan. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J.2003. *Marketing or Hospitality & Tourism*. 3th edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P., Amstrong, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta : Penerbit PT. Indeks Gramedia.
- LoveLock, Christopher H., Wright, L, K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Terjemahan Ir. Agus Widyantoto dan Tim. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Parasuraman A, Valeri A, Zeithmal dan Berry L. Leonard., (1996), "Delivery Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation."
- Peter., Olson, 2002. *Consumer Behavior*. edisi 6. McGraw-Hill. New York.
- Seibert. J. 2007. "Internal Customer Service: Has It Improved?" Quality Progress Vol.40. Page 35 – 40.
- Saladin, D. 2002, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Bandung : CV. Linda Karya,
- Santoso, S. 2006. *Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta : PT. Alex Media Komputerindo.
- Sekaran, U, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Simamora. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. Yogyakarta : STIE YKPN.

- Skinner. 1938. *The Behavior of Organisms: An Experimental Analysis*. Massachusetts : Cambridge
- Soeprijadi, B. (2009), *menyatakan bahwa Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Minat Membeli Ulang*. Gresik
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer behaviour*, Internasional Edition, New Jersey: Prentice Hall
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sunoto. D. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi*. Yogyakarta : Penerbit Amara Books.
- Swasta, B., 1998, *Theory of Planned dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen, Kelola*, Yogyakarta : Program Manajemen UGM, No. 18/VII/1998.
- Swasta, B., Handoko, H. 2000, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : BPF.
- Samuel, Hatane. 2007. *Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Modern dengan Kepuasan (studi kasus pada Hypermarket Carefour di Surabaya)*. Dosen FE. Univ. Kristen Petra. Surabaya.
- Tandjung, J.W., 2004, *Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-nilai Pelanggan*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Malang : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, T. 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, T. 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Triguno. 1997. *Budaya Kerja, Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. PT. Golden Teravon Press. Jakarta
- Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1990. *“Delivering Quality Service”*, New York : The Free Press
- Subhash et al., 2000, *International Journal Of Retail and Distribution Management*. New York : The Free Press.