

**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA
PT BANK PERKREDITAN RAKYAT CENTRADANA KAPUAS
DI PONTIANAK**

Stefani

stefunnyho@gmail.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Every year PT BPR Centradana Kapuas in Pontianak's customer increasing yet the amount of deposit decreasing. That's why research about service quality is needed which consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy variable. This research is purposed to know about customers' satisfaction by PT BPR Centradana Kapuas in Pontianak's service quality. Form of this research is descriptive research. Data gathering technique by observation, interview, quertionaire dan documentary study. Population in this research is all of customers who deposit on PT BPR Centradana Kapuas in Pontianak which are 1.978 customers and took 100 customers as sample or respondent. Data analysis technique is qualitative analysis which is use Likert Scale and Kartesius Diagram. Conclusions of this research are service quality given to customers which consist assurance, reliability, empathy dan tangibility stand on above 80 percent, which mean very appropriate with customers' importance, meanwhile responsiveness stand on between 60,00-80,00 percent, which mean appropriate with customers' importance. Based on discrepancy score, customers satisfied with services given. Suggestion from this research is its better to pay attention and improve service performance to some indicators in order to fullfil customers' importance.

Keywords: Satisfaction, Customer, Service Quality

PENDAHULUAN

Perseroan Terbatas (PT) Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Centradana Kapuas di Pontianak merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. PT BPR Centradana Kapuas di Pontianak memiliki banyak pesaing-pesaing yang handal dan kuat. Namun justru hal ini yang memotivasi PT BPR Centradana Kapuas di Pontianak untuk terus mengembangkan dan berani berinovasi untuk kemajuan perusahaan.

Kepuasan nasabah sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Setelah nasabah merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, nasabah akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila nasabah merasa puas, maka akan melakukan pembelian kembali, serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan nasabah secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan nasabah merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan di dalam bisnis.

Dalam upaya untuk meningkatkan produktivitas demi kemajuan perusahaan, peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu kunci keberhasilan perusahaan yang pada akhirnya dapat memperngaruhi pertumbuhan jumlah nasabah bank yang dijadikan sebagai

tolak ukur atas kepuasan nasabah. Oleh sebab itu, peningkatan dan pembaharuan atas kualitas pelayanan dirasakan sangat penting sebagai faktor penentu keberhasilan sebuah bank. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur bagaimana pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dengan mengambil objek penelitian pada PT BPR Centradana Kapuas di Pontianak.

KERANGKA TEORI

1. Karakteristik Jasa

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 6): Terdapat tiga karakteristik jasa sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan)
Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Customization* (kustomisasi)
Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Kotler, et al (2002: 260-261):

“Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu apapun. Pemberian jasa bisa berhubungan dengan produk berwujud bisa pula tidak.”

2. Kualitas Jasa

Menurut Kotler seperti yang dikutip oleh Alma (2011: 284-285) ada lima faktor dominan atau penentu kualitas disingkat dengan TERRA, yaitu:

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar dsb.
2. *Empathy* yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/*complaint* dari konsumen.
4. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.

5. *Assurance* (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

3. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2005: 70): “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.”

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2001: 298): “Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas.”

Menurut Nasution (2001: 55): Terdapat beberapa metode dalam pengukuran kepuasan nasabah, yaitu:

1. *Sistem keluhan dan saran*
Metode ini menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain-lain. Informasi ini memberikan ide-ide atau gagasan untuk memperbaiki kualitas produk yang dapat memuaskan pelanggan.
2. *Ghost Shopping*
Mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli potensial yang melaporkan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan produk pesaing.
3. *Loyal Customer Analysis*
Perusahaan meneliti pelanggan yang telah berhenti membeli agar mengetahui kelemahan kualitas produk.
4. *Survei kepuasan pelanggan*
Metode ini bertujuan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan.

Menurut Kotler seperti yang dikutip oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 192): Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan, yaitu:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. Misalnya melakukan penelitian dengan metode fokus pada konsumen yang mengedarkan kuesioner dalam beberapa periode, untuk mengetahui persepsi pelayanan menurut pelanggan. Demikian juga penelitian dengan metode pengamatan bagi pegawai perusahaan terhadap pelaksanaan pelayanan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam proses perbaikan pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia yang ada.
3. Memberi kesempatan pada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem saran dan kritik, misalnya dengan *hotline* bebas pulsa.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui

perkembangan pelayanannya (*proactive*). Sedangkan *partnership marketing* adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 194): “Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.”

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuantitatif melalui survey kuesioner dengan total 22 butir pertanyaan yang di ukur melalui skala likert dengan jumlah 5 bobot nilai, masing-masing yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Sampel

Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan total 100 kuesioner disebar kepada responden dengan karakteristik responden pria sebanyak 48 orang (48%) dan wanita sebanyak 52 orang (52%), rentan umur responden dalam penelitian ini adalah 2% berusia dibawah 20 tahun, 52% berusia 20 tahun sampai 30 tahun, 22% berusia 31 tahun sampai 40 tahun, 8% berusia 41 tahun sampai 50 tahun, 9% berusia 51 tahun sampai 60 tahun dan 7% berusia di atas 60 tahun.

TABEL 1
PT BPR CENTRADANA KAPUAS DI PONTIANAK
REKAPITULASI HASIL ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN,
TINGKAT KINERJA DAN TINGKAT KESESUAIAN

| No | Pertanyaan | Rata-rata Tingkat Kinerja (Xi) | Rata-rata Tingkat Kepentingan (Yi) | Tingkat Kesesuaian (%) (Xi/Yi) |
|-----------|--|--------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|
| A. | Keandalan (<i>Realibility</i>) | | | |
| 1. | Kecepatan dalam proses penyimpanan dan pengambilan uang. | 3,71 | 4,58 | 81,00 |
| 2. | Kemudahan proses transaksi PT BPR Centradana Kapuas | 3,52 | 4,33 | 81,29 |
| 3. | Jasa disampaikan secara benar semenjak kali pertama | 3,69 | 4,36 | 84,63 |
| 4. | Prosedur penanganan keluhan | 3,25 | 4,14 | 78,50 |
| 5. | Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan | 3,54 | 4,33 | 81,76 |
| | Rata-rata | 3,54 | 4,35 | 81,44 |

| | | | | |
|-----------|---|-------|-------|---------|
| B. | Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) | | | |
| 6. | Tanggapan karyawan saat Anda menyampaikan keluhan. | 3,52 | 4,44 | 79,28 |
| 7. | Layanan yang segera atau cepat dari petugas bank | 3,70 | 4,50 | 82,22 |
| 8. | Kelancaran dan kecepatan dalam proses pelayanan PT BPR Centradana Kapuas | 3,67 | 4,68 | 78,42 |
| 9. | Kemudahan menghubungi karyawan didalam kantor | 3,20 | 4,07 | 78,62 |
| | Rata-rata | 3,52 | 4,42 | 79,64 |
| C. | Jaminan (<i>Assurance</i>) | | | |
| 10. | Prestasi dan reputasi PT BPR Centradana Kapuas | 3,92 | 4,54 | 86,34 |
| 11. | Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi jika nasabah bertanya. | 4,02 | 4,40 | 91,36 |
| 12. | Pelayanan perbankan yang diberikan sesuai waktu dengan yang di janjikan. | 3,92 | 4,44 | 88,29 |
| 13. | Sikap yang dimiliki karyawan PT BPR Centradana Kapuas | 3,82 | 4,35 | 87,82 |
| | Rata-rata | 3,92 | 4,43 | 88,45 |
| D. | Empati (<i>Empathy</i>) | | | |
| 14. | Keramahan karyawan sewaktu Anda berada di kantor PT BPR Centradana Kapuas. | 3,39 | 4,36 | 77,75 |
| 15. | Petugas bank yang memahami kebutuhan spesifik para nasabah | 3,58 | 4,11 | 87,10 |
| 16. | Memberikan pelayanan sesuai standart dengan tidak membeda-bedakan | 3,54 | 4,13 | 85,71 |
| 17. | Karyawan bank sanggup menenangkan nasabah setiap ada masalah | 3,20 | 4,48 | 71,43 |
| 18. | Membantu memberikan segala informasi yang berhubungan dengan proses transaksi | 3,55 | 4,30 | 82,56 |
| | Rata-rata | 3,45 | 4,28 | 80,91 |
| E. | Berwujud (<i>Tangibles</i>) | | | |
| 19. | Perusahaan memiliki peralatan dan teknologi memadai | 3,06 | 4,24 | 72,17 |
| 20. | Ketersediaan peralatan infrastruktur yang memadai. | 3,56 | 4,31 | 82,60 |
| 21. | Penerangan lampu yang memadai ruang kantor PT BPR Centradana Kapuas | 4,22 | 4,24 | 99,53 |
| 22. | Cara berpakaian para karyawan PT Centradana Kapuas. | 3,05 | 4,38 | 69,63 |
| | Rata-rata | 3,47 | 4,29 | 80,98 |
| | Jumlah | 78,63 | 95,71 | 1808,03 |
| | Rerata | 3,57 | 4,35 | 82,18 |

Sumber: Data olahan, 2014

TABEL 2
PT BPR CENTRADANA KAPUAS DI PONTIANAK
NILAI RATA-RATA TINGKAT KINERJA
DIMENSI KUALITAS JASA

| No. | Dimensi Kualitas Jasa | Rata-rata Tingkat Kinerja | Persentase (%) | Ranking |
|-----|--|---------------------------|----------------|---------|
| 1. | Keandalan (<i>Reliability</i>) | 3,54 | 19,78 | II |
| 2. | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | 3,52 | 19,66 | III |
| 3. | Jaminan (<i>Assurance</i>) | 3,92 | 21,90 | I |
| 4. | Empati (<i>Empathy</i>) | 3,45 | 19,27 | V |
| 5. | Berwujud (<i>Tangible</i>) | 3,47 | 19,39 | IV |
| | Jumlah | 17,91 | 100,00 | |

Sumber: Data olahan, 2014

Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa untuk tingkat kinerja dimensi jaminan (*assurance*) sebesar 21,90%, keandalan (*reliability*) sebesar 19,78%, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 19,66%, berwujud (*tangible*) sebesar 19,39%, dan empati (*empathy*) sebesar 19,27%.

TABEL 3
PT BPR CENTRADANA KAPUAS DI PONTIANAK
NILAI RATA-RATA TINGKAT KEPENTINGAN
DIMENSI KUALITAS JASA

| No. | Dimensi Kualitas Jasa | Rata-rata Tingkat Kepentingan | Persentase (%) | Ranking |
|-----|--|-------------------------------|----------------|---------|
| 1. | Keandalan (<i>Reliability</i>) | 4,35 | 19,98 | III |
| 2. | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | 4,42 | 20,30 | II |
| 3. | Jaminan (<i>Assurance</i>) | 4,43 | 20,35 | I |
| 4. | Empati (<i>Empathy</i>) | 4,28 | 19,66 | V |
| 5. | Berwujud (<i>Tangible</i>) | 4,29 | 19,71 | IV |
| | Jumlah | 21,77 | 100,00 | |

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa untuk skala kepentingan dimensi jaminan (*assurance*) sebesar 20,35%, daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 20,30%, keandalan (*reliability*) sebesar 19,98%, berwujud (*tangible*) sebesar 19,71% dan empati (*empathy*) sebesar 19,66%.

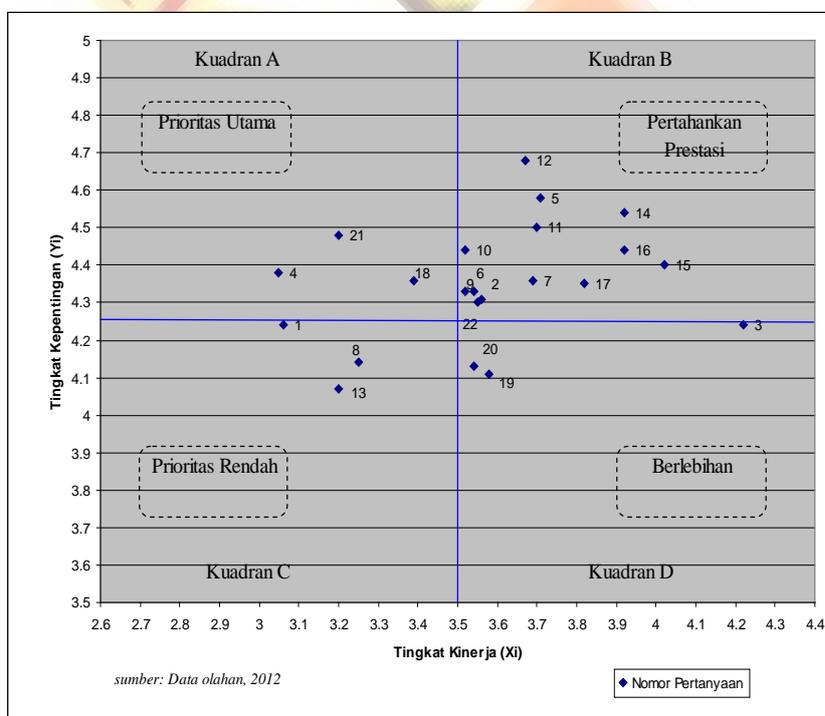
TABEL 4
PT BPR CENTRADANA KAPUAS DI PONTIANAK
TINGKAT KESESUAIAN ANTARA KINERJA DAN KEPENTINGAN NASABAH
PADA SETIAP VARIABEL DALAM HUBUNGAN DENGAN KUALITAS JASA

| No. | Variabel | Tingkat Kesesuaian | Ranking |
|-----|--|--------------------|---------|
| 1. | Keandalan (<i>Reliability</i>) | 81,44 | II |
| 2. | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | 79,64 | V |
| 3. | Jaminan (<i>Assurance</i>) | 88,45 | I |
| 4. | Empati (<i>Empathy</i>) | 80,91 | IV |
| 5. | Berwujud (<i>Tangible</i>) | 80,98 | III |

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa untuk skala tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan nasabah meliputi jaminan (*assurance*) sebesar 88,45%, keandalan (*reliability*) sebesar 81,44%, berwujud (*tangible*) sebesar 80,98%, empati (*empathy*) sebesar 80,91% dan daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 79,64%.

GAMBAR 1
PT BPR CENTRADANA KAPUAS DI PONTIANAK
DIAGRAM KARTESIUS



sumber: Data olahan, 2012

Sumber: Data olahan, 2014

a. Kuadran A

- 1) Prosedur penanganan keluhan (4)

2) Membantu memberikan segala informasi yang berhubungan dengan proses transaksi (18)

3) Penerangan lampu yang memadai ruang kantor PT BPR Centradana Kapuas (21)

b. Kuadran B

1) Kemudahan proses transaksi PT BPR Centradana Kapuas (2)

2) Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (5)

3) Tanggapan karyawan saat responden menyampaikan keluhan (6)

4) Layanan yang segera atau cepat dari petugas bank (7)

5) Kemudahan menghubungi karyawan didalam kantor (9)

6) Prestasi dan reputasi PT BPR Centradana Kapuas (10)

7) Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi jika nasabah bertanya (11)

8) Pelayanan perbankan yang diberikan sesuai waktu dengan yang dijanjikan (12)

9) Keramahan karyawan sewaktu responden berada di kantor PT BPR Centradana Kapuas (14)

10) Petugas bank yang memahami kebutuhan spesifik para nasabah (15)

11) Memberikan pelayanan sesuai standart dengan tidak membeda-bedakan (16)

12) Karyawan bank sanggup menenangkan nasabah setiap ada masalah (17)

13) Cara berpakaian para karyawan PT BPR Centradana Kapuas (22)

c. Kuadran C

1) Kecepatan dalam proses penyimpanan dan pengambilan uang (1)

2) Kelancaran dan kecepatan dalam proses pelayanan PT BPR Centradana Kapuas (8)

3) Sikap yang di miliki karyawan PT BPR Centradana Kapuas (13)

d. Kuadran D

1) Jasa disampaikan secara benar semenjak kali pertama (3)

2) Perusahaan memiliki peralatan dan teknologi memadai (19)

3) Ketersediaan peralatan infrastruktur yang memadai (20)

1. Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah

a. Pembobotan Dimensi

Untuk menghitung rata-rata tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan, perlu dilakukan pembobotan dimensi. Pembobotan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang diprioritaskan oleh nasabah PT BPR Centradana Kapuas dalam lima dimensi yaitu keadilan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan berwujud

(*tangible*). Nilai tertinggi dianggap paling penting atau menjadi dimensi utama bagi para nasabah dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil perhitungannya:

TABEL 5
PT BPR CENTRADANA KAPUAS DI PONTIANAK
PEMBOBOTAN TINGKAT KESESUAIAN ANTARA KINERJA
DAN KEPENTINGAN NASABAH PADA SETIAP
VARIABEL DALAM HUBUNGAN DENGAN
KUALITAS JASA

| No. | Variabel | Tingkat Kesesuaian | Nilai Rata-rata Tingkat Kesesuaian | Bobot (%) | Ranking |
|-----|--|--------------------|------------------------------------|-----------|---------|
| 1. | Keandalan (<i>Reliability</i>) | 81,44 | 0,8144 | 19,79 | II |
| 2. | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | 79,64 | 0,7964 | 19,36 | V |
| 3. | Jaminan (<i>Assurance</i>) | 88,45 | 0,8845 | 21,50 | I |
| 4. | Empati (<i>Empathy</i>) | 80,91 | 0,8091 | 19,67 | IV |
| 5. | Berwujud (<i>Tangible</i>) | 80,98 | 0,8098 | 19,68 | III |
| | | | 4,1142 | 100,00 | |

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa untuk pembobotan tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan nasabah meliputi jaminan (*assurance*) sebesar 21,50%, keandalan (*reliability*) sebesar 19,79%, berwujud (*tangible*) sebesar 19,68%, empati (*empathy*) sebesar 19,67% dan daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 19,36%.

PENUTUP

Kesimpulan

Tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan dari lima dimensi kualitas pelayanan dapat diurutkan berdasarkan angka rata-rata kesesuaian mulai dari yang terbesar yaitu jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*) dan daya tanggap (*responsiveness*). Untuk dimensi jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), empati (*empathy*), dan berwujud (*tangible*) berada pada rentang lebih dari 80,00 persen. Hal ini berarti tingkat kinerja untuk ke empat dimensi tersebut sudah sangat sesuai dengan kepentingan nasabah. Sedangkan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berada pada rentang lebih dari 60,00 sampai dengan 80,00 persen. Hal ini berarti tingkat kinerja PT BPR Centradana Kapuas di Pontianak sesuai dengan kepentingan nasabah maka dapat disimpulkan bahwa nasabah PT BPR Centradana Kapuas di Pontianak sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BPR Centradana Kapuas.

Saran

- a. Perusahaan sebaiknya melakukan pengkajian ulang dan berusaha untuk melakukan peningkatan kinerja secara berkesinambungan sesuai dengan kepentingan nasabah agar perbandingan antara kinerja perusahaan dengan kepentingan nasabah lebih proporsional.
- b. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas daya tanggap dalam sistem pelayanan. Hal ini dikarenakan setiap dimensi kualitas pelayanan memiliki kelebihan tersendiri, sehingga kinerja setiap dimensi harus dioptimalkan.
- c. Sebaiknya total nilai gap atau kesenjangan lebih ditingkatkan lagi, sehingga dapat memperbaiki komponen pada atribut kualitas pelayanan yang telah dijabarkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Kotler, Philip. et al. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (judul asli: Marketing Management An Asian Perspective), buku 2. Penerjemah Handoyo Prasetyo dan Hamin. Yogyakarta: Andi, 2002.

Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi. Bandung: CV Alfabeta, 2011.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: Marketing Manajemen), edisi kesebelas, jilid 1. Penerjemah Bambang Sarwiji. Jakarta: Indeks, 2005.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (judul asli: Principles of Marketing), edisi kedelapan, jilid 2. Penerjemah Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga, 2001.

Nasution, M.N. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.