



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Ari Prasetyo✉

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima Juni 2012
Disetujui Juli 2012
Dipublikasikan Agustus 2012

Keywords:
Quality of Service, Price, Customer Satisfaction

Abstrak

Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang secara parsial dan simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS release 17. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 3.958 + 0.083 X_1 + 0.614 X_2$. Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Koefisien determinasi parsial (r^2) kualitas pelayanan sebesar 8.18%, harga sebesar 44.48%. Koefisien determinasi simultan (R^2) sebesar 0.725, hal ini berarti 72.5% kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga sedangkan sisanya 27.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti.

Abstract

Determinants of customer satisfaction include service quality and price. Problems in this study was whether the quality of service and price effect on customer satisfaction on PT. TIKI Semarang branch partial and simultaneous. The purpose of this study to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction on PT. TIKI Semarang branch partial and simultaneous. The population in this study were all customers of PT. TIKI Semarang Branch with sample collection techniques using random sampling techniques so that accidental assigned 100 respondents. The variables in this study was the quality of service (X1), price (X2), and customer satisfaction (Y). Data collection methods used are questionnaires. Data analysis methods used was descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS release 17. The results obtained by multiple linear regression equation $Y = 3958 + 0083 + 0614 X_1 X_2$. Partial test (t test) showed that the quality of care significantly influence customer satisfaction rates, significant effect on customer satisfaction. Simultaneous test (F test) showed that the quality of service and price have a significant effect on customer satisfaction simultaneously. Partial coefficient of determination (r^2) of 8:18% service quality, rates of 44.48%. Simultaneous determination coefficient (R^2) of 0725, this means that 72.5% customer satisfaction on PT. TIKI Semarang branch is influenced by the quality of service and price, while the remaining 27.5% influenced by other variables examined in this study.

✉ Alamat korespondensi:
Gedung C6 Lantai 1, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
Email: manajemen@unnes.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya.

Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Engel et al. (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/ hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga.

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2000). Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (*quality improvement programs* – QIPs) biasanya juga meningkatkan profitabilitas. Dalam penelitiannya pada suatu ritel di India, Naik et al. (2010) memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,84%, sedangkan sisanya 54,16% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

PT. TIKI Cabang Semarang telah menetapkan harga lebih murah dibandingkan dengan pesaing terdekatnya, yaitu PT. JNE. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1 Perbandingan Harga Jasa PT.

TIKI dengan PT. JNE Tahun 2010

| No | Jenis Layanan | | Tarif Semarang – Jakarta per kg | | Lama Pengiriman (hari) | |
|----|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|---------|------------------------|---------|
| | PT. TIKI | PT. JNE | PT. TIKI | PT. JNE | PT. TIKI | PT. JNE |
| 1 | One Night Service (ONS) | Yakin Esok Sampai (YES) | 18.000 | 21.000 | 1 | 1 |
| 2 | Reguler | Reguler | 12.000 | 13.500 | 2 – 3 | 2 – 3 |

Sumber: Data Sekunder PT. TIKI dan PT.

JNE, 2010

Tabel di atas menjelaskan bahwa harga jasa TIKI lebih murah dibandingkan dengan harga jasa JNE. Sebagai contohnya, untuk harga layanan ONS (*One Night Service*) TIKI dari Semarang-Jakarta adalah Rp 18.000,00 per kg, sedangkan harga layanan YES (Yakin Esok Sampai) JNE dari Semarang-Jakarta adalah Rp 21.000,00 per kg. Namun demikian, volume pengiriman barang PT. TIKI Cabang Semarang cenderung fluktuatif. Bertitik tolak dari uraian permasalahan yang ada pada PT. TIKI Cabang Semarang maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TIKI CABANG SEMARANG”**

Bertitik tolak dari uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana posisi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang? (2) Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang? (3) Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang? (4) Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang?

Bertitik tolak dari uraian rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui posisi kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang. (2) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang. (3) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang. (3) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga

terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang.

Metode Penelitian

Suharsimi (2006) mengungkapkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental random sampling*. Teknik *accidental random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan dimana semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sejumlah 100 responden, dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang lebih representatif. Sampel ini merupakan sampel homogen yaitu terdiri dari pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang yang telah menggunakan jasa pengiriman barang lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampelnya juga menggunakan teknik *random*. Pengambilan sampel dilakukan 50% di hari rama (Senin dan Selasa) dan 50% di hari sepi (Jumat dan Sabtu).

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti, mempunyai variasi antara satu dan lainnya dalam kelompok tersebut (Sugiyono 1997 dalam Umar, 2002). Variabel dalam penelitian ini adalah: Variabel terikat yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Umar, 2002). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Indikator dari kepuasan pelanggan (Y) pada penelitian ini yaitu: a. Minat penggunaan ulang, b. Tingginya intensitas penggunaan, c. Kesediaan untuk merekomendasikan (Tjiptono, 2002 dan Hanif et al., 2010).

Variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen (Umar, 2002). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Variabel X_1 , yaitu kualitas pelayanan. Adapun indikator kualitas pelayanan (X_1) menurut Parasuraman et al. (1985) dalam Kotler dan Keller (2009), yaitu diantaranya adalah: a) Wujud (*tangibles*), b) Keandalan (*reliability*), c) Daya tanggap (*responsiveness*), d) Jaminan (*assurance*), e) Empati (*empathy*).

Variabel X_2 yaitu harga, Variabel bebas kedua (X_2) dalam penelitian ini adalah harga. Indikator dari harga yaitu: a) Keterjangkauan harga, b) Potongan/diskon harga, c) Cara pembayaran (Kotler, 2002 dan Herrmann et al., 2007).

Berdasarkan sumbernya, data pada penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

Data Primer: Sumber data pertama dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diambil dari sumber pertama (Umar, 2002). Data primer dalam penelitian ini diambil dari jawaban kuesioner/instrumen penelitian yang diisi oleh pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang.

Data sekunder: Data sekunder merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Umar, 2002). Data sekunder dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum perusahaan, daftar harga jasa dan volume pengiriman barang PT. TIKI Cabang Semarang.

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Suharsimi (2006) mengemukakan bahwa metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, jurnal, surat kabar, majalah dan sebagainya. Dalam hal ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui gambaran umum perusahaan, daftar harga jasa dan volume pengiriman barang PT. TIKI Cabang Semarang. Suharsimi (2006) mengungkapkan bahwa kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi dan tanggapan dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan PT. TIKI Cabang Semarang. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup.

Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala LIKERT, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban (Ghozali, 2006). Lima tingkat preferensi jawaban yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini yaitu: Sangat setuju, dengan skor 5; Setuju, dengan skor 4; Cukup setuju, dengan skor 3; Tidak setuju, dengan skor 2; Sangat tidak setuju, dengan skor 1. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS release 17.

Hasil dan Pembahasan

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini ada dua cara untuk menditeksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik terdiri dari grafik

histogram dan grafik normal *probability plot*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka data residual berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut: Dari tampilan grafik histogram dan grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal dan pada grafik normal P-P plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta peyerbarannya mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hasil tersebut maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kualitas pelayanan sebesar 0.081 atau probabilitas > 0.05 , harga sebesar 0.062 atau probabilitas > 0.05 , kepuasan pelanggan sebesar 0.137 atau probabilitas > 0.05 maka data residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2005).. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan mencari besarnya *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerancenya*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerancenya* lebih dari 0.10 maka regresi bebas dari multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS release 17.0 adalah nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak ada multikolonieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak-samaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2005).. Heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola *scatterplot* yang dihasilkan melalui program SPSS. Apabila pola *scatterplot* membentuk pola tertentu, maka model regresi memiliki gejala heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi dapat dipakai. Hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS release 17.0 adalah terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dan model regresi layak dipakai dalam penelitian ini.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil *output* SPSS release 17.0 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.958 + 0.083 X_1 + 0.614 X_2$$

Persamaan diatas mengandung makna: Nilai konstanta sebesar 3.958. Nilai konstanta sebesar 3.958 berarti apabila tidak ada variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) maka tidak ada kepuasan pelanggan. Koefisien regresi X_1 (kualitas pelayanan) = 0.083. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0.083 menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan harga diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Koefisien regresi X_2 (harga) = 0.614. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0.614 menyatakan bahwa apabila harga mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), dan harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Hasil uji parsial dapat dijelaskan sebagai berikut: Hasil uji parsial (uji t) untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar 2.934 dengan nilai signifikansi 0.004, karena nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa H_1 yang menyatakan "ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang" diterima. Hasil uji parsial (uji t) untuk variabel harga diperoleh t hitung sebesar 8.812 dengan nilai signifikansi 0.000, karena nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa H_2 yang menyatakan "ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Se-

marang" diterima.

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk men-guji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel be-bas (independen) secara simultan terhadap varia-ble terikat (dependen).

Hasil analisis uji F dengan menggunakan program SPSS *release* 17.0 diperoleh F hitung = 131.657 dengan nilai signifikansi 0.000, karena nilai signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak, hal ini menunjukkan bahwa H_0 , yang menyatakan "ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Se-marang" diterima.

Untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang dapat diketahui berdasarkan nilai *Adjusted R Square*. Dari output SPSS diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.725. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan variasi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebesar 72.5%, hal ini berarti 27.5% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler (2002) yaitu terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pe-langgan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program pe-ningkatan kualitas (*quality improvement programs – QIPs*) biasanya juga meningkatkan profitabilitas. Tidak jauh berbeda dengan pendapat tersebut, Zeithaml dan Bitner (1996) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2009) dengan jelas mengemukakan bahwa faktor utama penentu kepuasan pelang-gan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Hasil penelitian yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Keller (2009) yaitu harga sering ditetapkan untuk memuaskan permintaan atau mencermin-kan premi yang bersedia dibayarkan konsumen untuk sebuah produk atau jasa.

Hasil penelitian yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan sesuai den-gan hasil penelitian yang dilakukan Lubis dan Martin (2009) dimana kualitas pelayanan dan

harga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara simultan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pember-hasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang, maka dapat diam-bil simpulan sebagai berikut: Kualitas pelayanan PT. TIKI Cabang Semarang termasuk kategori tinggi, harga jasa pengiriman barang PT. TIKI Cabang Semarang termasuk kategori kompetitif, dan kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang termasuk kategori tinggi. Kualitas pe-layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Ca-bang Semarang. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. TIKI Cabang Semarang. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang. Berdasarkan hasil pen-elitian ini dapat dikatakan bahwa semakin kom-petitif harga jasa yang ditetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan dalam menggu-nakan jasa pengiriman barang pada PT. TIKI Cabang Semarang. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang di-berikan dan semakin kompetitif harga jasa yang di-tetapkan maka semakin meningkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. TIKI Cabang Semarang.

Ucapan Terimakasih

Drs. S. Martono, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin penelitian untuk penyusunan skripsi ini. Drs. Sugiharto, M.Si, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin pe-nelitian untuk penyusunan skripsi ini. Dra. Mur-watiningsih, M.M, Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini. Sri Wartini, S.E, M.M, Dosen Pembimbing II yang telah mem-berikan bimbingan, saran serta masukan dalam penyusunan skripsi ini. Dra. Suhermini, M.Si, Dosen Penguji yang telah memberikan bimbin-gan, saran serta masukan dalam penyelesaian

skripsi ini. Staf jurusan Manajemen yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Manajemen PT. TIKI Cabang Semarang yang telah memberikan ijin penelitian untuk penyusunan skripsi ini.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, M., S. Hafeez, dan A. Riaz. 2010. Factors Affecting Customer Satisfaction. *International Research Journal of Finance and Economics*. Issue 60: 44-52.
- Herrmann, A., L. Xia, K. B. Monroe, dan F. Huber. 2007. The Influence of Price Fairness on Customer Satisfaction: An Empirical Test in The Context of An Automobile Purchases. *Journal of Product & Brand Management*. 16/1: 49–58.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- ____ dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lubis, N. A. dan Martin. 2009. Pengaruh Harga (Price) dan Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSU Deli Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 2/1: 21 – 24.
- Lupiyoadi, R. dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Naik, Krishna, C. N., S. B. Gantasala, dan G. V. Prabhakar. 2010. Service Quality (Servqual) and It's Effect on Customer Satisfaction in Retailing. *European Journal of Social Sciences*. 16/2: 231-243.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

