

Analisis Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Kabita

**Aulia Dwi Rachmawati¹, Elda Oktaviani², Kaila Syuja Taris Wijaya³, Melani Permata Sari⁴,
Syarah Lutpi Bahar⁵, Khoirul Aziz Husyairi⁶, Tina Nur Ainun⁷**
^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia

Article Info

Article history:

Received May 15, 2024
 Revised May 15, 2024
 Accepted May 16, 2024

Keywords:

Kepuasan Konsumen,
 Importance Performance
 Analysis (IPA),
 Layanan Kuliner

Keywords:

*Consumer Satisfaction,
 Importance Performance
 Analysis (IPA),
 Culinary Services*

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan upaya memastikan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka terpenuhi melalui produk atau layanan yang dikonsumsi, menghasilkan kepuasan dalam pengalaman tersebut. Dalam bidang kuliner, tidak hanya rasa makanan yang berperan, tetapi juga proses, suasana, dan layanan yang disediakan. Rumah Makan Kabita di lingkungan kampus Sekolah Vokasi IPB, Bogor, menawarkan makanan rumahan yang murah dan lezat, menjadi favorit di kalangan mahasiswa. Namun, masalah antrian panjang dan ruang yang sempit menyebabkan suasana panas, mengurangi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan menggunakan lima faktor: kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi, dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada atribut pada kuadran I yang dianggap penting tetapi tidak memuaskan. Pelayanan di Rumah Makan Kabita sudah memenuhi standar pelanggan. Fokus perbaikan meliputi pengemasan takeaway, kenyamanan ruang makan, kebersihan toilet, dan penampilan karyawan. Dengan analisis IPA, Rumah Makan Kabita dapat menentukan prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Penelitian ini menunjukkan pentingnya memahami dan memenuhi harapan pelanggan dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing usaha kuliner.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is an effort to ensure their needs, desires and expectations are met through the products or services consumed, resulting in satisfaction in the experience. In the culinary field, not only the taste of the food plays a role, but also the process, atmosphere and service provided. Kabita Restaurant on the IPB Vocational School campus, Bogor, offers cheap and delicious home-cooked food, becoming a favorite among students. However, the problem of long queues and limited space causes a hot atmosphere, reducing customer satisfaction. This research analyzes customer satisfaction using five factors: service quality, product quality, price, situational factors, and personal factors, using the Importance Performance Analysis (IPA) method. The results show that there are no attributes in quadrant I that are considered important but not satisfactory. The service at Kabita Restaurant meets customer standards. The focus of improvement includes takeaway packaging, dining room comfort, toilet cleanliness and employee appearance. With IPA analysis, Kabita Restaurant can determine improvement priorities to increase customer satisfaction and profitability. This research shows the importance of understanding and meeting customer expectations in improving service quality and the competitiveness of culinary businesses.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Aulia Dwi Rachmawati

Fakultas Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor,
Bogor, Indonesia
Email: melanipermatasari1504@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen adalah usaha untuk memastikan bahwa apa yang mereka butuhkan, inginkan, dan harapkan dapat terpenuhi melalui produk atau layanan yang mereka konsumsi, sehingga mereka merasa puas dengan pengalaman tersebut. Kepuasan konsumen terjadi ketika produk dan jasa mampu memenuhi atau bahkan melampaui kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen terhadap performanya [1]. Pelanggan yang merasa senang akan terus menggunakan produk tersebut, menjadi loyal, dan akan merekomendasikan produk dan jasa itu pada orang lain [2].

Kotler dan Keller [3] mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai emosi, baik itu kegembiraan atau kekecewaan, yang timbul dari perbandingan antara performa produk dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai persepsi individu tentang kinerja suatu produk atau jasa yang dikaitkan dengan ekspektasi konsumen [4]. Kepuasan konsumen mencerminkan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya; jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas, dan jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas [5]. Ini menunjukkan bahwa konsumen akan membentuk persepsi yang lebih positif terhadap produk atau jasa yang dianggap memenuhi harapan mereka. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi atau mencapai sesuatu yang memadai [6].

Dalam bidang kuliner, tidak hanya makanan dan minuman yang disajikan, namun juga proses dan tahapan yang disajikan, serta suasana pelayanan turut memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak hanya menjual rasa makanan, tetapi juga memberikan layanan yang lebih nyaman, sehingga konsumen terkadang harus mengeluarkan biaya lebih banyak. Salah satu pelaku usaha dibidang kuliner di kota Bogor, khususnya di lingkungan kampus Sekolah Vokasi IPB adalah rumah makan kabita. Rumah makan ini memiliki keunggulan pada produk makanan rumahan yang murah dan lezat [7].

Rumah Makan Kabita adalah rumah makan yang berlokasi di Jalan Lodaya yang identik dengan aneka sajian makanan rumahan yang lezat dan murah. Rumah Makan Kabita hadir sebagai respon terhadap meningkatnya kebutuhan mahasiswa dan masyarakat sekitar kampus terhadap masakan rumahan siap santap. Konsep ini bermula kecenderungan mahasiswa yang memilih makanan yang praktis, lezat, dan murah. Rumah Makan Kabita menawarkan berbagai jenis sayuran dan variasi masakan rumahan untuk memenuhi selera dan preferensi konsumen. Kehadiran rumah makan Kabita di area dekat kampus menunjukkan strategi untuk menarik mahasiswa dan masyarakat sekitar. Lokasi yang mudah dijangkau dan terdekat dengan kegiatan sehari-hari dapat menjadi keuntungan tersendiri. Salah satu daya tarik utama dari rumah makan Kabita adalah harga yang murah, sesuai dengan kantong mahasiswa dan masyarakat dengan penghasilan terbatas. Hal ini membuat rumah makan tersebut menjadi pilihan favorit bagi mereka yang ingin makan tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

Permasalahan utama yang dihadapi pada rumah makan kabita adalah antrian yang panjang, keterbatasan ruang di Rumah Makan Kabita menyebabkan antrian panjang, dan hal itu mengakibatkan waktu tunggu yang meningkat bagi pelanggan. Lalu keadaan tempat yang kecil seringkali menyebabkan suasana di rumah makan kabita menjadi sumuk atau panas, hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam menganalisis pelanggan rumah makan kabita, tim riset menggunakan lima faktor sebagai kriteria evaluasi: kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut dimasukkan dalam analisis kepuasan pelanggan Rumah Makan Kabita. Zeithaml & Bitner [8] menyatakan bahwa kepuasan merupakan konsep yang jauh lebih luas dari sekadar penilaian kualitas layanan dan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka.
2. Kualitas produk, yaitu aspek yang sangat penting bagi kepuasan pelanggan, karena ketika produk yang mereka gunakan berkualitas, pelanggan akan merasa puas.
3. Harga, yaitu produk dengan kualitas yang sama tetapi ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan.
4. Faktor situasi, yaitu kondisi atau keadaan yang dialami oleh pelanggan.
5. Faktor pribadi dari pelanggan, yaitu karakteristik pelanggan yang mencakup kebutuhan pribadi mereka

Apabila kepuasan pengguna berdasarkan kelima faktor itu terpenuhi, maka pengguna di Rumah Makan Kabita akan merasa terlayani dan puas. Tujuan riset analisis kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Kabita adalah untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan, produk, harga, faktor situasi, dan pribadi yang diberikan oleh Rumah Makan Kabita. Dalam riset ini, metode IPA (Importance Performance Analysis) digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen Rumah Makan Kabita berdasarkan faktor-faktor seperti Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Faktor Situasi, dan Faktor Pribadi. Metode ini juga digunakan untuk menentukan urutan dominasi berdasarkan faktor-faktor kepuasan pelanggan.

2. METODE

Riset ini dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan Kabita. Bahan yang digunakan dalam riset ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari lokasi riset di Kabita melalui wawancara, pengamatan langsung di lapangan, dan penyebaran kuesioner, sementara data sekunder diperoleh melalui literatur artikel, jurnal referensi, dan skripsi yang membahas analisis kepuasan konsumen dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Riset ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah terkait kualitas, kinerja, dan faktor situasi di Kabita. Pembuatan kuesioner dalam riset ini bertujuan untuk memastikan kriteria atau karakteristik yang nantinya akan digunakan, dengan atribut seperti kualitas pelayanan, kualitas dari produk, harga, faktor dari situasi, dan faktor diri pribadi. Kuesioner ini dirancang untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Kabita.

2.1 Teknik pengambilan sampel

Metode pemilihan sampel menggunakan teknik accidental sampling dengan cara pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, di mana pelanggan yang secara tidak sengaja bertemu dengan tim riset dapat dijadikan sampel. Jumlah sampel responden dalam riset ini adalah 50 orang, yang merupakan pelanggan yang sudah datang dan membeli makanan di Kabita.

2.2 Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menerapkan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan melibatkan dua variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y. Variabel X mewakili tingkat kinerja perusahaan, sedangkan variabel Y menunjukkan tingkat kepentingan pelanggan. Tingkat kepentingan kualitas pelayanan mengukur seberapa penting pelayanan yang diberikan perusahaan bagi pelanggan dalam kaitannya dengan kinerja pelayanan. Sementara itu, tingkat kinerja perusahaan mencerminkan hasil dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kabita yang dirasakan langsung oleh pelanggannya. Setelah mengetahui hasil dari kuesioner, nilai variabel kepuasan pelanggan dapat diketahui. Tahap selanjutnya adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang harus dipertahankan dan diperbaiki.

2.3 Analisis Diagram Kartesius

1. Membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan untuk menentukan sejauh mana kesesuaian antara kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut yang diteliti. Rumus yang digunakan untuk tingkat kesesuaian adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor kinerja

Yi = Skor kepentingan

2. Menghitung rata-rata penilaian pada setiap atribut dengan menggunakan rumus :

$$Xi = \sum \frac{Xi}{n} \quad Yi = \sum \frac{Yi}{n}$$

Keterangan :

Xi = Skor rata-rata kinerja atribut i

Yi = Skor rata-rata kepentingan atribut i

n = Jumlah responden

3. Menentukan batas diagram kartesius yaitu dengan menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan dan kinerja dengan menggunakan rumus

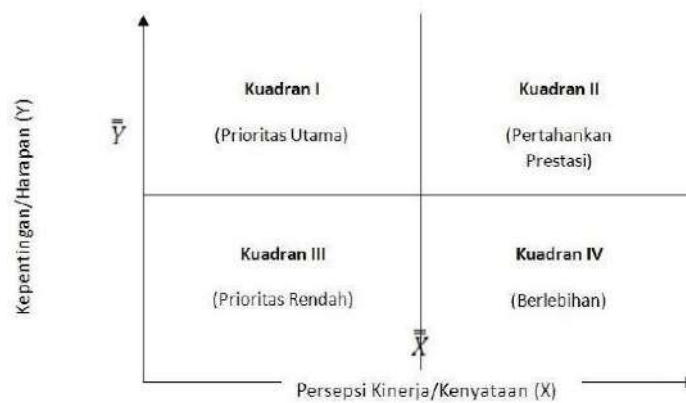
$$\underline{x} = \sum \frac{Xi}{k} \quad \underline{y} = \sum \frac{Yi}{k}$$

Keterangan :

\underline{x} = Skor rata-rata kinerja atribut i

\underline{y} = Skor rata-rata kepentingan atribut i

k = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli



Gambar 1. Diagram Kartesius

1. Kuadran 1 (Prioritas Utama) Kuadran ini mencakup berbagai atribut atau pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung, namun kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Kuadran 2 (Pertahankan Prestasi) Atribut-atribut atau pernyataan dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan kinerjanya memuaskan. Oleh karena itu, atribut atau pernyataan ini harus dipertahankan karena dianggap sangat penting dan memberikan hasil yang baik.
3. Kuadran 3 (Prioritas Rendah) Atribut-atribut atau pernyataan dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerjanya juga tidak terlalu istimewa atau hanya biasa saja.
4. Kuadran 4 (Berlebihan) Atribut-atribut atau pernyataan dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan yang rendah menurut pelanggan, tetapi kinerjanya baik. Ini menunjukkan bahwa atribut tersebut dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya karena pelanggan menganggapnya tidak terlalu penting atau kurang diharapkan, meskipun pelaksanaannya dilakukan dengan baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Total lembar pertanyaan yang dibagikan kepada responden adalah 50 orang. Di dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan-pertanyaan untuk menilai pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Kabita. Berikut ini adalah rincian responden yang telah mengisi kuesioner tersebut:

1. Kuesioner total: 50
2. Kuesioner yang diolah: 50 (Valid)
3. Kuesioner yang tidak valid: 0

Berdasarkan hasil, setiap variabel terdiri dari beberapa atribut. Berikut adalah atribut dari variabel kepuasan.

Indikator dalam instrumen riset adalah variabel-variabel yang diukur atau diamati untuk menggambarkan konsep atau fenomena yang ingin diteliti, dengan memberikan petunjuk konkret tentang cara mengukur atau mengamati konsep yang lebih abstrak. Indikator ini membantu dalam mengoperasionalkan variabel-variabel dalam riset.

Tabel 1. Indikator instrumen penelitian

Kepuasan	Indikator	Ket. Item
Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan dalam pelayanan 2. Pelayanan yang baik dan ramah 3. Keamanan transaksi 4. Memberikan pelayanan dengan memperhatikan etika berbicara 5. Memberikan pelayanan dalam menangani masalah atau bantuan ke konsumen 	1,2,3,4,5
Kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa makanan dan minuman yang enak dan halal 2. Kemasan yang aman untuk <i>takeaway</i> 3. Bahan-bahan yang digunakan berkualitas 	1,2,3,4,5
Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga makanan dan minuman sesuai dengan menu 2. Harga terjangkau 	1,2,3,4,5
Faktor Situasi dan Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan ruangan dan lokasi 2. Kenyamanan toilet 3. Penampilan karyawan yang rapi 4. Tempat parkir yang luas dan aman 	1,2,3,4,5

Indikator-indikator ini akan membantu tim riset dalam merancang kuesioner atau alat pengumpulan data lainnya untuk mendata informasi yang dimanfaatkan guna menjawab pertanyaan dari riset. Jika telah ditentukan atribut yang bernilai valid maka selanjutnya dilakukan pembuatan kuesioner akhir yang berfungsi untuk dibagikan kepada 50 responden.

Kriteria Penilaian Setiap Atribut:

0.81 - 1.00 (Sangat Baik)

0.66 - 0.80 (Baik)

0.51 - 0.65 (Cukup Baik)

0.35 - 0.50 (Kurang Baik)

0.00 - 0.34 (Sangat Tidak Baik)

Tabel 2. Hasil penilaian responden terhadap atribut kinerja kepuasan konsumen

No Atribut	Atribut	Skor	Kinerja kepuasan konsumen
A1	Kecepatan dalam pelayanan	91.27	Sangat baik
A2	Pelayanan yang baik dan ramah	94.89	Sangat Baik
A3	Keamanan transaksi	91.85	Sangat Baik
A4	Memberikan pelayanan dengan memperhatikan etika berbicara	92.80	Sangat Baik
A5	Memberikan pelayanan dalam menangani masalah atau bantuan kepada konsumen	90.95	Sangat Baik
A6	Rasa makanan dan minuman yang enak dan halal	92.27	Sangat Baik
A7	Kemasan yang aman untuk <i>takeaway</i>	88.50	Sangat Baik

No Atribut	Atribut	Skor	Kinerja kepuasan konsumen
A8	Bahan bahan yang digunakan berkualitas	90.87	Sangat Baik
A9	Harga makanan dan minuman sesuai dengan menu	95.63	Sangat Baik
A10	Harga terjangkau	102.71	Sangat Baik
A11	Kenyamanan ruangan dan lokasi	80.09	Baik
A12	Kenyamanan toilet	68.89	Baik
A13	Penampilan karyawan yang rapi	88.58	Sangat Bai
A14	Tempat parkir yang luas dan nyaman	77.78	Baik

Dari kesimpulan analisis di atas terdapat ada 3 atribut kualitas pelayanan yang masih tergolong baik. Maka diharapkan bagian Rumah Makan Kabita bisa merenovasi ketiga atribut tersebut.

Misalnya:

1. A11 Untuk kenyamanan konsumen sebaiknya menambahkan kipas angin di dalam ruangan karena ruangan yang kecil dan penuh seringkali menyebabkan suasana yang gerah dan sumuk
2. A12 Demi kenyamanan bersama lebih baik menjaga kebersihan toilet secara teratur sehingga pengunjung merasa nyaman
3. A14 Berikan tanda parkir yang jelas dan memastikan keamanan area parkir dengan pengawasan yang efektif.

Tabel 3. Hasil Uji

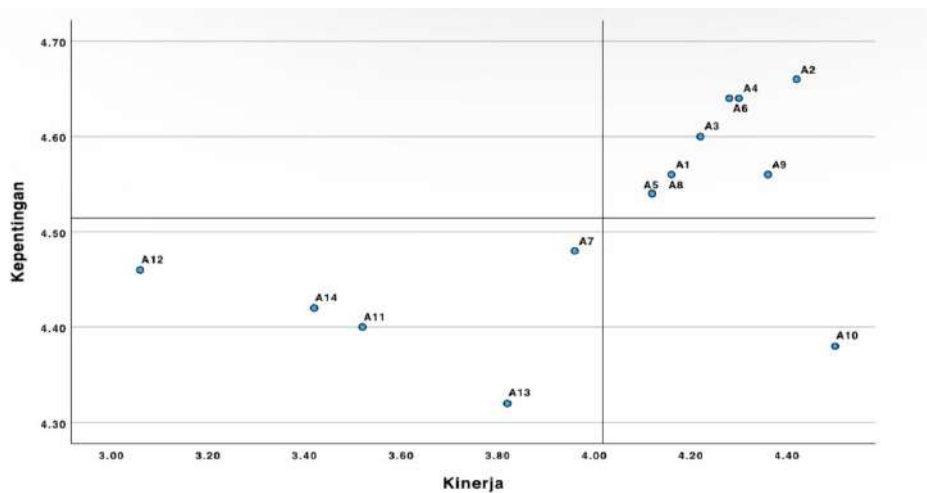
No Atribut	Atribut Baik	Skor	Kinerja Kualitas Pelayanan
A11	Kenyamanan ruangan dan lokasi	80.09	Baik
A12	Kenyamanan toilet	68.89	Baik
A14	Tempat parkir yang luas dan nyaman	77.78	Baik

Tabel 4. Nilai rata - rata

Nomor Atribut	Skor Kinerja	Tingkat Kinerja (Xi)	Skor Kepentingan	Tingkat Kepentingan (Yi)
A1	209	4.18	229	4.58
A2	223	4.46	235	4.7
A3	214	4.28	233	4.66
A4	219	4.38	236	4.72
A5	211	4.22	232	4.64
A6	215	4.3	233	4.66
A7	200	4	226	4.52
A8	209	4.18	230	4.6

Nilai X dan Y merupakan nilai rata-rata dari 50 responden yang membeli makanan di Kabita. Nilai-nilai ini berasal dari penilaian terhadap atribut tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y). Nilai rata-rata X diperoleh dengan membagi total penilaian tingkat kinerja oleh 50 responden. Demikian pula, nilai rata-rata Y diperoleh dengan membagi total penilaian tingkat kepentingan oleh 50 responden.

Berdasarkan perhitungan dalam tabel 3, nilai rata-rata X dan Y masing-masing adalah 4,07 dan 4,56. Nilai rata-rata ini dihitung dari jumlah nilai rata-rata X dan Y dibagi dengan 14 atribut pelayanan. Nilai-nilai ini nantinya akan digunakan sebagai pembatas antara nilai rata-rata X dan Y yang berpotongan. Selanjutnya, hasil dari tabel 3 dijabarkan dalam diagram kartesius, yang dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan indikator atribut pada gambar 2. Dalam diagram kartesius di atas, maka penjabaran setiap kuadran sebagai berikut:

Tabel 5. Kuadran 2 (Pertahankan prestasi)

Kuadran 2	Atribut Pelayanan
A1	Kecepatan dalam pelayanan
A2	Pelayanan yang baik dan ramah
A3	Keamanan transaksi
A4	Memberikan pelayanan dengan memperhatikan etika berbicara
A5	Memberikan pelayanan dalam menangani masalah atau bantuan kepada konsumen
A6	Rasa makanan dan minuman yang enak dan halal
A8	Bahan bahan yang digunakan berkualitas
A9	Harga makanan dan minuman sesuai dengan menu

Di kuadran ini, terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai penunjang kepuasan konsumen yang sudah sesuai dengan yang dirasakan, sehingga Rumah Makan Kabita harus mempertahankan kinerja tersebut.

Kuadran 6. (Prioritas rendah)

Kuadran 3	Atribut Pelayanan
A7	Kemasan yang aman untuk <i>takeaway</i>
A11	Kenyamanan ruangan dan lokasi
A12	Kenyamanan toilet
A13	Penampilan karyawan yang rapi
A14	Tempat parkir yang luas dan nyaman

Di sisi ini, hal-hal yang dinilai memiliki tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan biasa saja atau tidak perlu diharapkan oleh konsumen, sehingga rumah makan tidak perlu mengutamakan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

Kuadran 7. (Berlebihan)

Kuadran 4	Atribut Pelayanan
A10	Harga terjangkau

Di dalam kuadran ini, terdapat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan, sehingga lebih baik bagi Rumah Makan Kabita untuk mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor-faktor tersebut kepada faktor lain yang memiliki prioritas lebih tinggi.

4. KESIMPULAN

Metode IPA dapat membantu Rumah Makan Kabita untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan terhadap berbagai atribut layanannya. Dengan menganalisis hasil IPA, Rumah Makan Kabita dapat memilih atribut mana yang perlu mendapat prioritas untuk ditingkatkan. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan profitabilitas Rumah Makan Kabita.

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian, terdapat kualitas pelayanan berdasarkan perhitungan dan analisis dengan metode *Importance Performance Analysis*. Pada kuadran I, tidak terdapat atribut yang memuat pernyataan bahwa pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan namun pelayanan pada Rumah Makan Kabita ini tidak memuaskan sehingga harus ditingkatkan kualitas pelayanannya. Para pelanggan sudah menganggap bahwa pelayanan di Rumah Makan Kabita ini sudah memuaskan dan sesuai dengan standar kepentingannya. Adapun indikator yang menjadi fokus utama Rumah Makan Kabita dalam melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitasnya ialah dengan *upgrade* kemasannya untuk pesanan *takeaway*, menciptakan ruang makan yang nyaman, memfokuskan kebersihan toilet, dan penampilan karyawan yang melayani pelanggan.

REFERENSI

- [1] Dwiastuti, Rini, dkk. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Malang: UB Press.
- [2] Nasution, M. N. (2005). Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor
- [3] Kotler, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- [4] Schiffman dan Siagian. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta.
- [5] Kotler.2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta : Prenhalindo.
- [6] Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). Total Quality Management. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- [7] Chandra, Gregorius, dkk. 2011. Service, Quality & Satisfaction, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- [8] Bitner, Zeithaml. (2003). Reasessment Of Expectations As A Compaison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Reseacrh. Journal Of Marketing. January (58) 111-124.