

The Effect of Service Quality, Price and Complaint Handling on Customer Satisfaction of ibis budget Daan Mogot hotel

Gusna Welly, Resti Hardini, Kumba Digdowiseiso

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Nasional

Email: gusnawelly28@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of service quality, price and handling of complaints on consumer satisfaction Ibis Budget Hotel. The method used in this research is quantitative descriptive with population in this study is consumer in ibis budget hotel. There are four variables studied in this research is Service Quality (X1), Price (X2) and Handling of Complaints as independent variables and Consumer Satisfaction (Y) as the related variables. The sample used in the study in 100 respondents. The data in this study using primary data by distributing questionnaires with multiple linear regression method that processed the use of SPSS 17.0 software. The results of research based on multiple linear regression analysis showed that the Service Quality (X1), Price (X2) and Handling of Complaints positive and significant impact on the consumer Satisfaction (Y).

Keywords: service quality, price, handling of complaints and consumer satisfaction

INTRODUCTION

Pada zaman globalisasi saat ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik pasar dalam negeri (domestic) maupun Internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat menarik konsumen dengan cara memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dengan lebih baik. Dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat yang di imbangi dengan perkembangan alat-alat teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja usahanya untuk mencapai tujuannya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan para konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk menciptakan kepuasan konsumen. Didalam suatu hotel, kualitas jasa (pelayanan) yang diberikan kepada konsumen secara garis besar terdiri dari berbagai departemen yang masing-masing tugas dan tanggung jawab berbeda tetapi mempunyai satu tujuan yang sama yaitu memuaskan konsumen dan para tamu yang datang ke hotel. Sejalan dengan berkembangnya industri pariwisata di Indonesia maka semakin banyak pula persaingan antar hotel.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, khususnya di kota-kota besar baik dari hotel kelas melati sampai bintang lima, semuanya berupaya meningkatkan fasilitas dan pelayanan dalam rangka menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Penelitian ini mencoba mengangkat Hotel Ibis Budget Daan Mogot, karena hotel ini merupakan salah satu pelopor bisnis dalam bidang jasa yang mengedepankan kepuasan konsumen.

Dengan mengutamakan kepuasan konsumen mereka yakin dapat menarik konsumen dalam jumlah besar, mereka sangat memperhatikan lima dimensi kualitas jasa yaitu

keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bentuk fisik dengan sungguh-sungguh yang digunakan sebagai salah satu strategi untuk mengembangkan sayapnya dalam bisnis jasa. Apabila konsumen telah merasa puas akan kinerja dari hotel tersebut maka tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut akan selalu menggunakan Hotel Ibis Budget Daan Mogot dalam setiap acara yang diadakan berarti konsumen tersebut merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Ibis Budget Daan Mogot.

Hotel Ibis Budget Daan Mogot di wilayah Grogol, Jakarta Barat ini menggunakan konsep hotel yang sesuai dengan namanya sudah pasti hotel kategori low budget (ekonomis) tetapi tetap mempertahankan beberapa fasilitas seperti hotel-hotel kelas premium lainnya. Boleh dibayangkan adalah tipe hotel bintang dua tetapi dengan pelayanan dan fasilitas hotel bintang empat.

Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel karena pendapatan terbesar hotel berasal dari pemasaran kamar. Tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap pelayanan hotel akan berdampak langsung kepada keinginan konsumen untuk menggunakan kembali jasa hotel di kemudian hari. Pada akhirnya nanti secara keseluruhan akan mempengaruhi tingkat hunian kamar atau pendapatan hotel yang bersangkutan dalam jangka panjang.

Harga merupakan faktor utama yang bisa mempengaruhi kepuasan pada konsumen. Harga yang tinggi akan membuat konsumen cenderung menjauh dan harga yang rendah akan membuat konsumen mendekat, harga memang menjadi faktor penting karena dapat menjadi penentu pada kepuasan konsumen. Selain harga, perusahaan harus mempunyai strategi lain yang dapat menjadi faktor penentu kepuasan konsumen dan menarik konsumen agar dapat menggunakan kembali jasa hotel yang ditawarkan dan dapat meningkatkan laba bagi perusahaan hotel.

Komplain merupakan masukan yang sangat berharga, hal tersebut harus dipahami dan diterapkan dengan baik oleh perusahaan yang menawarkan suatu pelayanan jasa kepada setiap konsumen. Beberapa pandangan dan pendapat menyatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari kemampuannya mewujudkan kepuasan konsumen, salah satunya dengan cara penanganan komplain yang efektif. Banyak perusahaan yang menyadari bahwa penanganan komplain yang efektif dapat memberikan dampak positif pada konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang masalah, maka identifikasi permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot? 2) Apakah harga berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot? 3) Apakah penanganan komplain berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan penanganan complain terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak hotel di dalam meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada tamu yang menginap, dengan cara memberikan harga yang sesuai dengan pelayanan maupun komplain secara cepat dan tepat. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan tambahan bacaan ilmiah bagi setiap usaha jasa atau perhotelan yang ingin mengembangkan usaha bisnis jasanya tersebut.

Berdasarkan analisis kerangka, hipotesis dari penelitian ini yang akan dibuat berdasarkan rumusan masalah, yaitu:

Ha1: $\beta_1 > 0$ (bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap Kepuasan Konsumen)

Ha2: $\beta_2 > 0$ (bahwa Harga berpengaruh positif dan nyata terhadap Kepuasan Konsumen)

Ha3: $\beta_3 > 0$ (bahwa Penanganan Komplain berpengaruh positif dan nyata terhadap Kepuasan Konsumen)

RESEARCH METHOD

Objek penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan penanganan complain. Dalam Penelitian ini menggunakan sumber data empirik yaitu responden. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan penanganan komplain terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Jenis data yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah data primer.

Menurut Sugiyono (2012:119), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang telah melakukan pembelian di Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Populasi dalam penelitian ini berukuran besar dan jumlahnya tidak terbatas (unlimited).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara pendistribusian kuesioner yaitu pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden dalam pernyataan tertentu. Daftar pernyataan disusun dengan format pertanyaan tertutup dan responden tidak dapat memberikan alternatif jawaban lainnya. Jawaban akan dikuantitatifkan dengan menggunakan skala Likert.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan uji kuesioner yang disebarakan terhadap konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan tingkat signifikan (kesalahan) 5% apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka butir pernyataan tersebut valid. Seluruh pernyataan berjumlah 15 butir, terdiri dari 4 butir untuk variabel kualitas pelayanan, 4 butir untuk variabel harga, 3 butir untuk variabel penanganan komplain dan 4 butir untuk variabel kepuasan konsumen.

Penelitian ini diuji menggunakan $n=30$ maka $r_{(tabel)}$ adalah 0,361. Suatu instrument dinyatakan valid apabila nilai Corrected Item – Total Correlation atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari perhitungan dengan menggunakan SPSS 17.0. data uji terhadap 30 responden menyatakan bahwa semua butir pernyataan 1 sampai 15 untuk variabel kualitas pelayanan, harga, penanganan komplain dan kepuasan konsumen adalah valid.

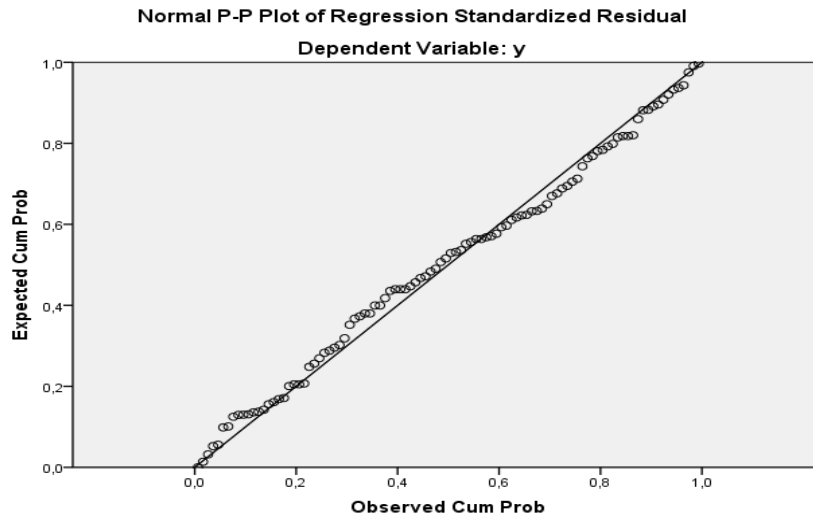
Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam uji coba ini adalah menggunakan formula Cronbach Alpha, dimana suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha semua variabel nilainya diatas 0,6 maka hasil kuesioner ini adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal. Uji ini menggunakan uji Normal P-P Plot.



Gambar 1. Normal P-P Plot

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal sehingga dapat dinyatakan data berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 1. Hasil Output Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Pelayanan	.669	1.495
Harga	.458	2.181
Penanganan Komplain	.515	1.941

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Kuesioner Diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, Coefficient diatas terlihat variance inflation factor (VIF) dibawah angka 10 untuk semua masing-masing variabel X1, X2, dan X3. Besaran nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai VIF 1,495 berada dibawah angka 10, besarnya nilai VIF untuk variabel harga (X2) mempunyai VIF 2,151 berada dibawah angka 10, begitu juga dengan besaran nilai VIF untuk variabel penanganan komplain (X3) mempunyai VIF 1,941 yang berada dibawah angka 10. Serta untuk nilai tolerance untuk variabel kualitas pelayanan (X1) = 0,669 > 0,10, harga (X2) = 0.458 > 0,10, dan penanganan komplain (X3) = 0,515 > 0,10. Setelah melihat hasil diatas, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi antara variabel bebas tidak terdapat multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan mencari nilai Durbin Watson. Hasil analisis menunjukkan angka seperti berikut:

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji Autokorelasi Model Durbin – Watson

1	2.162
---	-------

Sumber: Data Kuesioner Diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai Durbin – Watson adalah 2.162. Dimana nilai K atau jumlah variabel bebas yakni 3 dan nilai N atau jumlah data = 100. Sehingga dapat dijelaskan nilai dL = 1.613 dan nilai dU = 1.736 dengan ketentuan sebagai berikut:

$$1,736 < DW < 4 - 1,736$$

$$1,736 < 2,162 < 2,2366$$

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi dalam model regresi linier penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Asumsi model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Metode ini menggunakan uji glejser.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.915	.790		3.688	.000
1 Kualitas Pelayanan	-.052	.023	-.264	-2.230	.028
Harga	-.036	.039	-.131	-.912	.364
Penanganan Komplain	.017	.027	.082	.604	.547

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil data olahan SPSS 19.0

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,028 > 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedasitas, variabel Harga memiliki nilai signifikan sebesar 0,364 > 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedasitas, dan variable Penanganan Komplain memiliki nilai signifikan sebesar 0,547 > 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedasitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mampu menjelaskan setiap variasi perubahan variabel dependen secara simultan.

Tabel 4 Hasil Uji Kelayakan Model Uji F ANOVA^b

Model	F	Sig.
1 Regression	146.986	.000 ^a
Residual		
Total		

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga dan Penanganan Komplain

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Kuesioner Diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh Fhitung sebesar 146.986 dan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) menunjukkan model yang digunakan untuk memprediksi variabel bebas terhadap variabel terikat layak digunakan.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur presentase kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.906 ^a	.821	.816	1.680	2.162

a. Predictors: (Constant), Kualiras Pelayanan, Harga dan Penanganan Komplain

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Kuesioner Diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai R sebesar 0,696 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat.

$$\begin{aligned} KP &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,9062 \times 100\% \\ &= 82,1 \text{ (82,1\%)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa 82,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan penanganan komplain. Sedangkan sisanya sebesar 17,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial antara variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05.

Tabel 7 Hasil Output Uji t Coefficients^a

Model			
		T	Sig.
1	(Constant)	.487	.627
	Kualitas Pelayanan	2.430	.004
	Harga	10.575	.000
	Penanganan Komplain	3.370	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Kuesioner Diolah, 2016

a) Variabel Kualitas pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi ($0,004 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot.

b) Variabel Harga (X_2)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Kesimpulannya bahwa harga berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot.

c) Variabel Penanganan Komplain (X_3)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi ($0,001 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Kesimpulannya bahwa penanganan komplain berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot, artinya bahwa kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot dipengaruhi oleh Kualitas Produk.

Jadi, berdasarkan uji regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,090, artinya jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,090 dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Jika bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,004 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen. Tjiptono dan Chandra (2011:310) meyakini bahwa kepuasan pelanggan menimbulkan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman pelayanan tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas pelayanan sepanjang waktu.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui ada pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot, artinya bahwa harga dapat dijadikan sebagai dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot dipengaruhi oleh harga.

Jadi, berdasarkan uji regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,660, artinya jika harga meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,660 dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Jika bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya harga berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009:67) harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui ada pengaruh yang signifikan antara Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot, artinya bahwa penanganan komplain dapat dijadikan sebagai dasar untuk meningkatkan kepuasan

konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Hotel Ibis Budget Daan Mogot dipengaruhi oleh penanganan komplain.

Jadi, berdasarkan uji regresi variabel penanganan komplain (X3) sebesar 0,147, artinya jika penanganan komplain meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,147 dengan asumsi variabel independent lain nilainya tetap. Jika bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara penanganan komplain dengan kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$ yang artinya penanganan komplain berpengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan konsumen. Lovelock (2005:144) menyatakan bahwa komplain adalah suatu pernyataan resmi tentang ketidakpuasan dengan setiap aspek pengalaman jasa.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget, Daan Mogot, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget, Daan Mogot. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan petugas hotel kepada setiap konsumen sangat baik dan membuat konsumen merasa puas, sehingga konsumen dapat datang kembali untuk menikmati pelayanan dikemudian harinya. Harga berpengaruh positif dan nyata terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget, Daan Mogot. Artinya harga yang ditawarkan oleh pihak hotel kepada setiap konsumen sangat baik, efisien dan lebih terjangkau sehingga konsumen yang datang merasa puas dan nyaman.

Penanganan Komplain berpengaruh positif dan nyata terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ibis Budget, Daan Mogot. Artinya setiap komplain yang diberikan oleh konsumen kepada petugas hotel diterima dengan baik dan petugas hotel dapat memberikan solusi yang baik dan tepat kepada setiap keluhan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan nyaman dengan apa yang telah dilakukan oleh petugas hotel.

REFERENCES

- Ardhana, O. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Bengkel Caesar, Jambi). Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, fakultas Ekonomi Universitas Jambi, Muarajambi.
- Augusty, F. 2013. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Basu, S. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Buchari, A. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan Kedelapan. Alfabeta, Bandung.
- Daryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Sari Kuliah, Cetakan Pertama. Penerbit Satu Nusa, Bandung.
- Fandy, T. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit. Undip Semarang.
- Husein, U. 2006. Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hartimbul, G. 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama, Penerbit Yrama Widya, Bandung.

- J. Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, P dan G, Amstrong. 2012. Principle Of Marketing. Global Editon: Pearson Education Ltd. Terjemahan A. Sindoro 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 14, Erlangga. Jakarta.
- _____ dan K. L Keller. 2009. Marketing Management. London: Pearson Education Ltd. Terjemahan B. Sabran. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13, Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, C dan L.K. Wright. 2008. Marketing Management. Second Edition, Pearson Education International Inc. New Jersey. Terjemahan A. Widyantoro. 2008. Manajemen Pemasaran. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Lupiyoadi, H. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta
- Mirza, F. 2016. Head of Broadcasting Data Management at Ministry of Communication and Information Technology of the Republic of Indonesia. <http://www.slideshare.net/efmirza/data-statistik-bidang-penyiaran>. 20 Maret 2016 (19:23).
- Oentoro, D. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Penerbit: Laksbang Pressindo. Yogyakarta.
- PT MNC Sky Vision. 2015. Annual Report 2014. www.indovision.tv. 28 Desember 2015 (18:20).
- Roekhendy, D. 2008. Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Bis Arimbi Executive dan Bis Primajasa Executive Class. Fakultas Ekonomi Universitas Indonusa Esa Unggul, Jakarta.
- Salay, V. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Konsumen BANK BRI Cabang Kertajaya, Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.
- S. H Situmorang, 2010. Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Simamora, B. 2007. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT Gramedia. Pustaka Utama. Jakarta.
- Stanton, W.J. 2004. Manajemen Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Bisnis. Edisi Revisi Cetakan Ketujuh Belas, Penerbit: Alfabeta, Bandung
- Sukotjo, H. 2010. Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Participant, Process dan Physical Evidence). Jurusan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.
- Siswanto, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 2, Penerbit: Damar Mulia Pustaka, Jakarta.
- Top Brand Awards. 2015. Top Brand Award Kategori TV Berbayar Tahun 2011-2015. <http://www.topbrand-awards.com>. 10 September 2015 (10:25).
- W. A Pramita, F. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum dalam Kemasan. Jurnal Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Gajayana Malang, Jawa Timur.
- Zulganef, 2008. Metode Penelitian Sosial dan Bisnis. Graham Ilmu, Yogyakarta.

Copyright holder:
(Gusna Welly) (2024)

First publication right:
Journal of Social Science

This article is licensed under:



RETRACTED