

PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA ATAS KUALITAS LAYANAN JASA EDUKASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM STUDI D-III KEBIDANAN DI STIKES HUSADA JOMBANG

Siti Mudrikatin^{1*}, Risha Setyowati²

¹ Program Studi S1 Kebidanan,
STIKes Husada Jombang
¹ UPT Perpustakaan, STIKes Husada
Jombang

***Correspondence:**

Siti Mudrikatin

Email: mudrisiti@gmail.com

Article Info:

Received: 18 July 2023

Accepted: 23 July 2023

DOI:

<https://doi.org/10.60050/pwh.v4i2.48>

Abstract

Entering the 21 st century all nations will be faced with many challenges seriously and very basic, primarily related to the competence or the global dimension of globalization requires the availability of qualified human resources. The purposes of the research are (1) to prove and analyze the influence of student perception of loyalty through satisfaction of education services partially, (2) to prove and analyze the influent of students perceptions of loyalty through satisfaction of education services simultane cously, (3) to prove and analize statisfaction affects to student loyalty. The design of the researeh is descriptive research of explanatory research. The population is the students of Diploma -3 Midwifery STIKES Husada Jombang in academic year 2009. There are 562 students, There are 168 students based on the calculation of sample. The hypothesis is tested by using F Test and T Test. The results of this study are (1) there is an influence of students perception of the quality of educational services for students loyalty through satisfaction, (2) There is a simultaneous influence to ward students loyalty through satisfaction, (3) There is on influence of statisfaction through student loyalty. The description of the research conclusions are based on description and analysis of the following discussions (1) The hypothesis is partially students perceptions of the quality of educational services of student, (2) Hypothesis simultane ously to students perception of the quality of educational services significantly influence loyalty through satisfaction of students, (3) This Hypothetical effects to students statisfaction toward students loyalty.

Keywords: *Student Perception, Student Satisfaction, Student Loyalty*

PENDAHULUAN

Memasuki abad ke-21 semua bangsa akan dihadapkan pada berbagai macam tantangan yang serius dan amat mendasar, utamanya berkaitan dengan kompetisi yang berdimensi global. Kompetisi global atau globalisasi tersebut mensyaratkan tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas dan berwawasan keunggulan. Sumber daya manusia yang berkualitas.

Sebagai salah satu negara yang sedang berkembang, Indonesia masih memerlukan sumber daya manusia handal dan profesional yang memiliki latar belakang pendidikan kesehatan. Seiring dengan itu, penyelenggaraan pendidikan kebidanan khususnya program akademi kebidanan (DIII Kebidanan) di Indonesia berkembang pesat sejak awal tahun 1990-an. Hal ini bisa merupakan indikasi baik bila dilihat dari akan terpenuhinya keperluan nasional tenaga profesional secara kuantitatif. Akan tetapi, yang masih menjadi pertanyaan adalah berkaitan tentang kualitas pendidikan dan juga tingkat kepuasan serta loyalitas yang diberikan penyelenggara program kesehatan kepada mahasiswanya dimana menurut Madu and Kuei (1993) mahasiswa dipandang sebagai sebagai *primary customers* yang menerima jasa layanan edukasi secara langsung.

Menjadi penyelenggara pendidikan tinggi yang telah terakreditasi oleh (BAN-PT), Program D-III Kebidanan STIKES Husada Jombang, selalu berupaya menorehkan pengalaman pembelajaran melalui kurikulum yang berbasis kompetensi, proaktif terhadap perubahan dengan semangat kerja tim dan semangat kompetisi dalam harmoni multikultur dengan tidak hanya mementingkan pemberian gelar “Amd Keb”. Disamping itu berbagai fitur program yang ditawarkan semakin mampu ”memperkaya”

pengalaman pembelajaran seperti : Uji Tahap I, Uji Tahap II, Uji Tahap III , setelah lulus dari uji tahap mahasiswa di praktekkan di Rumah Sakit, Rumah Bersalin, Bidan Praktek Swasta, agar bisa menjadi *entrepreneur* ataupun akademisi yang unggul dan berkarakter (Kurikulum DIII Kebidanan, DikNas 2006)

Program DIII Kebidanan di STIKES Husada Jombang berdiri di tengah persaingan yang semakin hebat di kabupaten jombang ada 5 Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Program DIII Kebidanan. Kemajuan teknologi informasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena dapat memberi mahasiswa akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Artinya mahasiswa sebagai pelanggan utama memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya (Mardalis, 2004: 111). Terutama pada jasa pendidikan, dimana menurut Lupiyoadi et.al (2006: 148) masuk dalam kategori jasa dengan level “*high contact system*” yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan tinggi.

Dilihat dari jumlah mahasiswa baru yang mendaftar, Program DIII Kebidanan di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Husada Jombang setiap tahunnya mengalami fluktuasi jumlah yang kecenderungannya mengalami penurunan. Berdasarkan data dari akademik, tahun angkatan 2008/2007 jumlah mahasiswa yang mendaftar 200 orang dan yang diterima sebagai mahasiswa sebanyak 180 orang. Pada tahun angkatan 2009/2010 jumlah mahasiswa yang mendaftar sebanyak 160 orang dan yang diterima sebagai mahasiswa sebanyak 150 orang. Kondisi yang semakin menurun dan adanya peningkatan intensitas kompetisi, menuntut penyedia jasa pendidikan untuk selalu menjadikan sekolah bisnisnya lebih fleksibel dan inovatif terhadap apa yang ditawarkan (Ponzurick, France, & Logar, 2000; Reingold & Schneider, 1999). Perhatian tidak lagi hanya terbatas pada produk (jasa yang dihasilkan) semata, menurut West, Noden and Gosling (2000) kualitas layanan edukasi pada pendidikan tinggi dapat dilihat menggunakan Input-Process-Output (IPO) *framework*, yaitu dimulai pada saat pendaftaran (input), proses edukasi (proses) hingga pada saat mahasiswa tersebut lulus dan bekerja (output). Maka dari itu, hanya Program D III Kebidanan yang benar-benar berkualitas yang dapat memenangkan persaingan dalam pasar global.

Dengan menyediakan fasilitas layanan seperti : perpustakaan (tersedia khusus bagi mahasiswa D III Kebidanan), ruang baca dengan fasilitas internet, *text book* serta literatur, ruang kuliah dengan fasilitas AC yang dilengkapi *white board*, layar dan OHP, layanan administrasi dengan mesin fotokopi, faksimili dan telepon, serta fasilitas pendukung lainnya seperti lahan parkir yang luas, kompetensi pembelajaran (fitur-fitur program), maka Program D III Kebidanan di STIKES Jombang perlu mengetahui faktor-faktor dari kualitas layanan edukasi yang dilaksanakan menurut persepsi mahasiswa. Penerapan analisis faktor diperlukan untuk mempelajari produk atau jasa yang sangat kompleks dengan maksud untuk mengidentifikasi karakteristik (atau faktor) yang dianggap penting bagi konsumen terhadap produk atau jasa tersebut (Rangkuti, 2002: 2). Dengan mengetahui faktor apa yang dianggap penting oleh konsumen maka selanjutnya Program D III Kebidanan di Sekolah Tinggi Ilmu kesehatan Husada Jombang dapat memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik mahasiswa sehingga Program DIII Kebidanan STIKES Husada Jombang dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dimana menurut Tjiptono (2005: 192) kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya rintangan beralih (*switching barriers*), biaya beralih (*switching costs*), dan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler, Hayes dan Bloom dalam Mardalis (2005:111-13) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Maka dari itulah, mengesampingkan suara mahasiswa merupakan satu strategi yang salah, karena kualitas tidak ditentukan oleh produsen tetapi oleh konsumen. Produsen hanya membuat barang dan jasa sedangkan yang menilai barang dan jasa tersebut adalah konsumen. Prinsip yang mengatakan bahwa apapun yang diperbuat oleh produsen akan laku di pasar sudah tidak relevan lagi di masa kini.

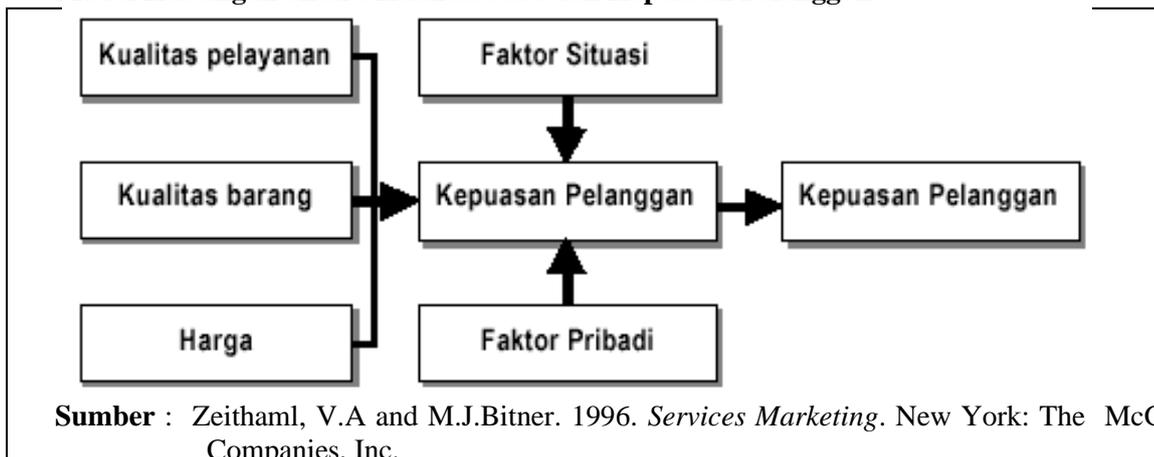
Oleh karena itu, produsen harus menyesuaikan produk dan jasanya dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Kotler (2002:486) menyatakan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Definisi lainnya yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas dikemukakan oleh Gronroos dalam Tjiptono et.al (2005:11) : “jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangibile* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan”.

Secara umum menurut Kotler (2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Seperti dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi / kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

pelanggan. Dimana menurut Zeithamal dan Bitner (1996) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

Model Hubungan antara Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan



Sumber : Zeithaml, V.A and M.J.Bitner. 1996. *Services Marketing*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Pemasaran memiliki dua hal. Pertama, pemasaran merupakan filosofi, sikap, perspektif, atau orientasi manajemen yang menekankan pada kepuasan konsumen. Kedua pemasaran adalah sekumpulan aktivitas yang digunakan untuk mengimplementasikan filosofi tersebut” (Lamb et.al, 2001: 6). Oleh sebab itu pemasaran bukan merupakan eufemisme dari periklanan atau kegiatan menjual (Forsyth,1997: 1), atau bukan mengelabui orang untuk membeli sesuatu yang tidak mereka inginkan (Dibb& Simkin, 2001: 193).

Secara umum menurut Kotler (2002:42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Seperti dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi / kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan /preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Baik praktisi ataupun akademisi memahami bahwa loyalitas pelanggan dan kepuasannya adalah berkaitan, kepuasan menunjukkan bagaimana suatu produk memenuhi tujuan pelanggan (Oliver, 1999).

Kepuasan pelanggan senantiasa merupakan penyebab utama timbulnya loyalitas. Menurut Mardalis (2005: 115) Loyalitas terjadi karena adanya pengaruh kepuasan/ketidakpuasan dengan produk tersebut yang berakumulasi secara terus menerus di samping adanya persepsi tentang kualitas produk. Dari hasil penelitian Bloomer, Ruyter dan Peeters (1998 : 276-286) mendapatkan kualitas jasa memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas dan mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan.

Menurut James and Sasser (1994: 745) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

"the final endogenous variable is loyalty. As discussed previously, customer loyalty is caused by a combination of customer satisfaction, customer loyalty is also specified to be a function : customer loyalty = f (customer satisfaction), if the relationship between customer loyalty and customer satisfaction is positif, the high customer satisfaction will lead to greatly increased customer loyalty".

Teori tersebut berarti loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan. Apabila hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan positif maka kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Schnaars (1998) dalam Tjiptono (2006: 386) ada empat macam kemungkinan hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan, yakni *failures* (tidak puas dan tidak loyal), *forced loyalty* (tidak puas, namun terikat pada program promosi loyalitas perusahaan), *defectors* (puas tapi tidak loyal), dan *successes* (puas, loyal dan paling mungkin memberikan gethok tular positif). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan harus dibarengi pula dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun.

METODE

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah menggunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan, karena ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara pengaruh kualitas layanan edukasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pada Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah disebutkan diatas.

Sementara itu metode yang dilakukan adalah metode survey deskriptif dimana merupakan suatu metode penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. (Effendi, 2003: 3).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang sebanyak 508 orang. Sedangkan sampel yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang dengan masa studi minimal tiga tahun dengan asumsi dan pertimbangan bahwa satu tahun merupakan waktu yang cukup bagi mahasiswa dalam menilai kualitas layanan edukasi dari Program D III Kebidanan Di STIKES Husada Jombang dimana total mahasiswa yang memenuhi kriteria diatas sebanyak 104 orang (Info Program D III Kebidanan Di STIKES Husada Jombang, 2007).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Dengan metode ini data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden atas daftar pertanyaan yang peneliti ajukan atau melalui pengisian daftar pertanyaan (kuesioner) yang terdiri dari tiga bagian. Daftar pertanyaan berisi tentang indikator-indikator persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan edukasi Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang, tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan edukasi Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang serta loyalitas mahasiswa Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang. Sebelum kuesioner dibagikan maka dilakukan terlebih dahulu FGD (*Focus Group Discussion*) dengan mahasiswa untuk mengetahui indikator dimensi-dimensi penentu kualitas layanan edukasi Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang .

Jenis dan sumber data yang diambil dan diolah adalah data primer yang diambil oleh peneliti dari mahasiswa Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang. lalui *Focus Group Discussion* dan juga kuesioner yang nantinya akan dibagikan. FGD dimaksudkan untuk melakukan riset awal (studi eksplorasi) guna mendapatkan informasi awal atau indikator dimensi kualitas layanan edukasi pada Program D III Kebidanan di STIKES Husada Jombang .

Model analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis satu yaitu persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

Program D III Kebidanan Di STIKES Husada Jombang digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression Analysis*). Uji ini adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*), (Riduwan, 2003) dibantu dengan program SPSS for Windows versi 19.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada STIKES HUSADA Jombang. Hal ini dibuktikan bahwa pada uji t diperoleh nilai t_{hitung} (24.625) > t_{tabel} (1.975). Dan besarnya kontribusi variabel kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa pada STIKES Husada Jombang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.785 atau 78,5%. Dengan demikian terbukti bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada STIKES Husada Jombang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi (X) yang terdiri dari Struktur dan kurikulum mata kuliah; Prosedur administrasi penerimaan; Komponen praktek; Reputasi gelar; Instruktur atau dosen; Fasilitas - fasilitas penunjang atau akomodasi; Fasilitas – fasilitas yang terkait dengan akademis; Tata letak atau layout; Lamanya waktu penyelesaian pendidikan; Biaya pendidikan; Informasi peluang lowongan pekerjaan yang di sediakan; Lokasi kampus; Suasana kampus berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Yang menarik dari temuan penelitian ini adalah ada persepsi berpengaruh pada kepuasan, dan kepuasan berpengaruh pada loyalitas mahasiswa. Hal ini dikarenakan persepsi mahasiswa terhadap STIKES Husada Jombang sudah terbangun dengan baik karena layanan yang diberikan oleh STIKES Husada Jombang sudah menunjukkan nilai yang positif pada semua aspek, baik aspek formal maupun non formal, aspek sosial dan budaya, termasuk suasana kampus yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa, dimana suasana kampus terbangun dengan baik baik sarana-prasarana, hubungan horizontal antara dosen dengan pimpinan, antara dosen dengan mahasiswa, serta kualifikasi dosen yang tinggi dan rasa tanggung jawab dan peningkatan pencapaian tugas yang menjadi bebannya, dan semua kegiatan diarahkan pada bagaimana mencapai kinerja yang tinggi sehingga setiap aspek dapat memberikan kepuasan tersendiri pada mahasiswa, orang tua dan masyarakat sekitar.

Memperhatikan hasil penelitian dimana persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan berpengaruh pada loyalitas mahasiswa pada STIKES Husada Jombang, pengaruhnya akan nampak bila kontrol dengan kinerja kelompok senantiasa dilakukan, sehingga tetap terbangun persepsi yang baik, motivasi selalu tercipta dalam kondisi kerja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dapat kesimpulan sebagai berikut: ada pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi terhadap loyalitas melalui kepuasan mahasiswa program studi D-III kebidanan di stikes husada jombang.

SARAN

Penelitian ini menyarankan agar kepuasan kerja juga hendaknya dilihat dari variabel-variabel lain yang determinan seperti suasana kampus, layout, instruktur atau dosen yang berkompeten, layanan praktek yang menunjang perkualian, struktur kurikulum yang fleksibel, lengkap dan sesuai GBPP, Administrasi yang mudah, dan yang paling penting adalah fasilitas-fasilitas yang mendukung akademik. Pemimpin perlu menjaga dan membina hubungan yang baik dengan semua staf secara terus menerus agar komunikasi dapat berjalan dengan baik dan memotivasi pegawai bekerja dengan cermat agar kondisi yang telah ada dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Manajemen Penelitian*. Cetakan Ke-4. Rineka Cipta. Yogyakarta
- Bloemer, Ruyter dan Peeters. 1998. Investigating Drivers of Bank Loyalty: the Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16/7, pp.276- 286.

- Cronin, J.J. and S.A.Taylor. 1992. Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, Vol.56 (July), pp.55-68 dalam Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Dabholkar, P.A.,C.D.Shepherd and D.I.Thorpe. 2000. A Comprehensive Framework for Service Quality: An Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues Through a Longitudinal Study, *Journal of Retailing*, Vol.76, No.2.
- Dharmmesta, B.S. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Penalty, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3. Pp. 73-88.
- Fornell, C.1992. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*. Vol.55. No.1 (January). Pp.6-21 dalam Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2, Jakarta, Salemba.
- Gerson, Richard F. 2001. *Mengukur Kepuasan Konsumen*. PPM. Jakarta.
- James, Thomas and W.Earl Sasser Jr. 1994. *Marketing*. Second Edition. Usa. McGrawHill Inc.
- Joseph, Mathew and Beatriz Joseph. Service Quality in Education: A Student Perspective. *Journal Quality Assurance in Education*. Vol 5. Number 1. 1997.pp.15-21.
- Kotler P., Hayes, Thomas, Bloom Paul N. 2002. *Marketing Professional Service*, Prentice Hall International Press dalam Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 9, No.2 : 111-119.
- Kotler, P. 2002. *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J : Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management: Millenium Edition*. Upper Saddle River, N.J : Prentice Hall International, Inc
- Lovelock, C. 2001. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, 4th ed, Upper Saddle River, N.J : Prentice Hall International, Inc dalam Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2, Jakarta, Salemba.
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 9, No.2 : 111-119.
- Mowen, J.C. dan M. Minor. 1998. *Consumer Behavior*. 5th Ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc dalam Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 9, No.2.
- Oliver, R.L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York: McGraw-Hill, Inc dalam Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Parasuraman, A.,V.A.Zeithaml and L.L.Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Researc. *Journal of Marketing*, Vol.49 (Fall), pp.41-50.
- Schnaars, S.P. 1998. *Marketing Strategy: Customers and Competitions*, New York: The Free Press.
- Spreng, R.a.,S.B.MacKenzie and R.W Olshavsky. 1996. A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing*, Vol.60, No.3 (July), pp.15-32.
- Sugiyono. 1997. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- United Nations Development Programme, 2004, *Survey Human Development Index*.