

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGINAPAN HAMAKA UBUD BALI

Dewa Putu Eka Putrawan
Politeknik Bali Maha Werdhi
dewaeka41@gmail.com

Informasi Artikel

Kata Kunci;

1 bukti fisik; Kata Kunci 2 kehandalan; Kata Kunci 3 daya tanggap; Kata Kunci 4 jaminan; Kata Kunci 5 empati; Kata Kunci 6 kepuasan pelanggan;.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan Empati. Penelitian ini dilakukan di Penginapan Hamaka Ubud Bali dengan objek penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan 100 responden sebagai sampel dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian dan pembahasan diperoleh persamaan regresi $Y = 2,248 + 0,115X_1 + 0,166X_2 + 0,251X_3 + 0,210X_4 + 0,119 X_5$ sehingga disimpulkan bahwa bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Penginapan Hamaka Ubud Bali.

Rekomendasi penelitian ini disarankan pihak Penginapan Hamaka Ubud Bali hendaknya dapat mempertahankan serta meningkatkan bentuk pelayanan seperti penambahan fasilitas, interior dan kepedulian terhadap pelanggan demi kenyamanan pelanggan serta komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan dalam menanggapi pertanyaan dan keinginan konsumen, serta jaminan bagi pelanggan untuk merasa aman dan nyaman selama menginap di Penginapan Hamaka Ubud Bali, sedangkan untuk variabel kehandalan, daya tanggap dan empati juga perlu ditingkatkan untuk keberlangsungan perusahaan kedepannya.

Abstract

The purpose of this study is to find out physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research was conducted at the Hamaka Inn, Ubud Bali with the object of research on service quality and customer satisfaction. The data collection technique used was a questionnaire with 100 respondents as a sample and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the F test and the t test. The results of the research and discussion obtained the regression equation $Y = 2.248 + 0.115X_1 + 0.166X_2 + 0.251X_3 + 0.210X_4 + 0.119 X_5$ so that it was concluded that physical evidence (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), empathy (X_5) had a positive and significant effect on customer satisfaction at Hamaka Ubud Bali Inn.

The recommendation of this study is that the Hamaka Ubud Bali Inn should be able to maintain and improve the form of service such as adding facilities, interiors and concern for customers for customer comfort as well as good communication between employees and customers in responding to consumer questions and desires, as well as guarantees for customers to feel safe and comfortable during their stay at Hamaka Ubud Bali Inn, As for the variables of reliability, responsiveness and empathy also need to be increased for the sustainability of the company in the future

Keyword;

Keyword 1 physical evidence; Keyword 2 reliability; Keyword 3 responsiveness; Keyword 4 assurance; Keyword 5 empathy; Keyword 6 customer satisfaction;

PENDAHULUAN

Penginapan merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika jauh dari rumah, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan. Penginapan Hamaka Ubud Bali sebagai salah satu penginapan yang ada di kota Ubud, tidak lagi sebagai institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dan dinikmati oleh tamu selama ia tinggal di penginapan bisnisnya. Fasilitas yang dimiliki Penginapan Hamaka Ubud Bali adalah 25 kamar yang dilengkapi dengan kamar mandi/toilet, lemari pakaian, TV, kipas angin, internet gratis, tempat istirahat yang nyaman dan kondusif dan didukung oleh pelayanan yang baik oleh karyawannya. Pesaing yang dihadapi oleh Penginapan Hamaka Ubud Bali bukan hanya terdiri dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas mewah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti fisik (*tangible*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Penginapan Hamaka Ubud Bali. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kehandalan (*reliability*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Penginapan Hamaka Ubud Bali. Serta untuk mengetahui daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Penginapan Hamaka Ubud Bali. Dan juga untuk mengetahui jaminan (*assurance*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Penginapan Hamaka Ubud Bali. Yang terakhir penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui empati (*empathy*) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Penginapan Hamaka Ubud Bali.

Pelayanan merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi kegiatan dunia usaha. Keberhasilan suatu perusahaan dan kelanjutan aktivitas usaha sangat bergantung kepada bagaimana cara dan bentuk pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan kekuatan utama yang harus ditampilkan setiap perusahaan kepada konsumennya.

Kepuasan pelanggan menurut Engel yang dikutip Fandy Tjiptono (2020:24) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Dapat disimpulkan bahwa jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, sebaliknya jika kinerja tidak memenuhi harapan maka pelanggan akan kecewa. Sementara jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas.

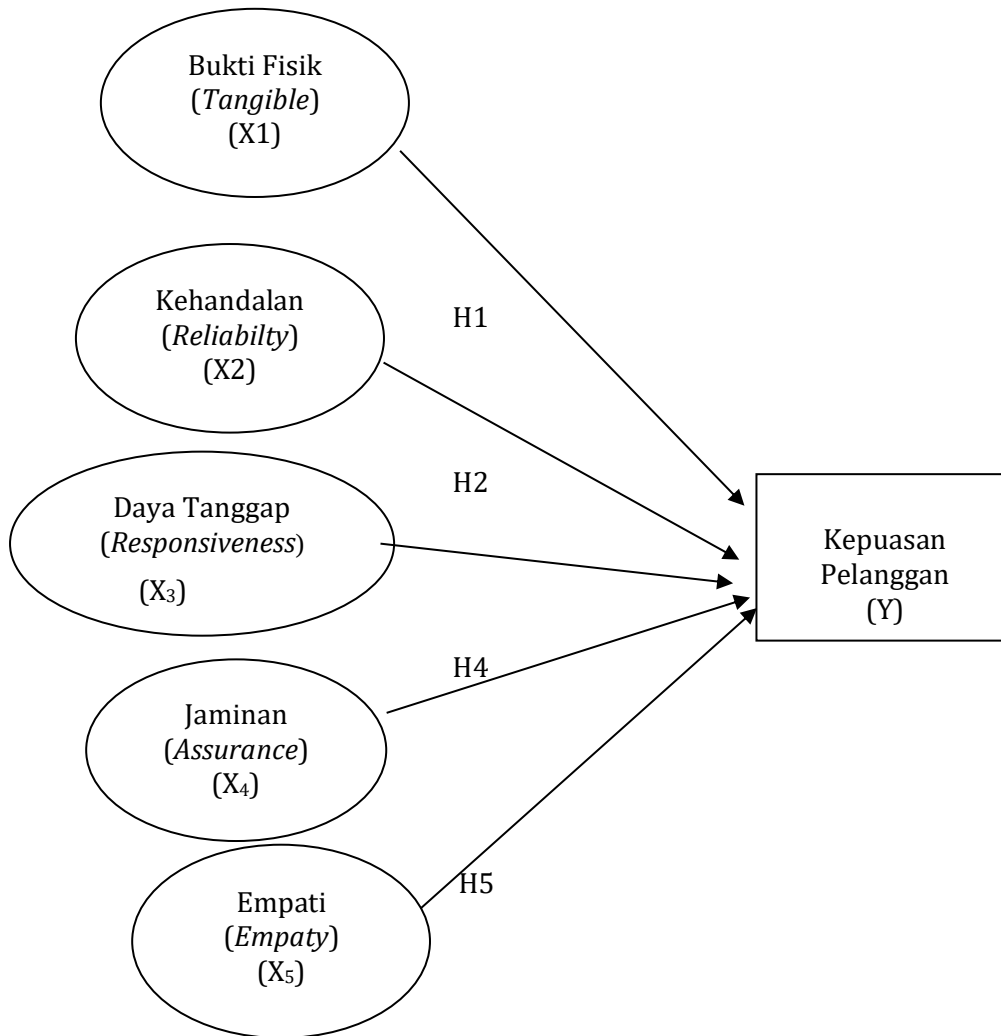
Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ida Manullang (2020) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil yang menyatakan bahwa ada hubungan korelasi sebesar 0,738 dan diperoleh kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 54,5%.

Penelitian yang dikemukakan oleh Irma Nurhayati (2019) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Sleman Yogyakarta diperoleh hasil menyatakan bahwa ada hubungan korelasi sebesar 0.828 dan diperoleh kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 68,6%.

Subandi Irwan (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan rumah sakit umum cakra husada klaten terhadap kepuasan pelanggan diperoleh hasil yang menyatakan

bahwa ada hubungan korelasi sebesar 0,756 dan diperoleh kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 60,5%.

Penelitian yang dilakukan oleh Rini Susanti (2018) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh hasil yang menyatakan bahwa ada hubungan korelasi sebesar 0,814 dan diperoleh kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 54,5%.



METODE

Tempat penelitian di Penginapan Hamaka Ubud Bali, sedangkan obyek penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mengidentifikasi 5 variabel yang dipakai untuk mengukur Pengaruh

Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan 5 variabel yang diidentifikasi menggunakan Skala *Likert* yang mana instrumen diuji dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS for window versi 22.0

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menetapkan dari populasi jumlah pengunjung atau tamu sebanyak 1440 orang pada tahun 2022. Penentuan sampel menurut Taro Yamane yang dikutip oleh Hamdi (2017:131) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Sehingga Diperoleh Hasil Sebanyak 100 Responden

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuisioner. Selanjutnya dijadikan data dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Data kuantitatif adalah data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka dan memiliki satuan hitung. Data kuantitatif yang dikumpulkan yaitu jumlah karyawan sedangkan data kualitatif adalah data yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka dan tidak memiliki satuan hitung. Data kualitatif yang dikumpulkan adalah data mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, dan tata kerja perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data, yaitu regresi linier berganda. Untuk mengetahui hubungan variable Independen (*X*) secara parsial dengan variable Dependen (*Y*), maka analisis regresi linier berganda. Maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

B = Koefisien regresi variabel *X*

ε = Error

X = Kualitas Pelayanan

Teknik analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS versi 22.0 *for Windows*. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda, pada ketiga variabel penelitian tersebut dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas. Hal ini bertujuan agar hasil perhitungan tersebut dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji *t*. berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variable secara parsial.

Hipotesis :

Ho: $\beta_{1,2,3,4,5} = 0$: Secara individu kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ha: $\beta_{1,2,3,4,5} \neq 0$: Secara individu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan *Level of significance* = 0,05.

Ho diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

1. Bukti Fisik (X_1)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable bukti Fisik menunjukkan nilai t_{hitung} 2,241 > t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,018 < 0,05 dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara parsial Bukti Fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti hipotesis Ha diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi bukti fisik yang dimiliki perusahaan dalam melakukan pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumennya sebaliknya semakin rendah kehandalan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

2. Kehandalan (X_2)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable Kehandalan menunjukkan nilai t_{hitung} 2,005 > t_{tabel} 1,9855 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 < 0,05 dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} dan signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara parsial kehandalan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti hipotesis Ha diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa kehandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kehandalan dari perusahaan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan sebaliknya semakin rendah kehandalan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

3. Daya Tanggap (X_3)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable daya tanggap menunjukkan nilai t_{hitung} 2,679 > t_{tabel} 1,9855 dan nilai signifikansi sebesar 0,009 < 0,05 dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara parsial daya tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti hipotesis Ha diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi daya tanggap yang dimiliki perusahaan dalam melakukan pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan sebaliknya semakin rendah daya tanggap yang diberikan semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

4. Jaminan (X_4)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable Jaminan menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,536 > t_{tabel} 1,9855$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi dibawah $0,05$ menunjukkan bahwa secara parsial jaminan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti hipotesis H_a diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi jaminan perusahaan dalam melakukan pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan sebaliknya semakin rendah jaminan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

5. Empati (X_5)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable Empati menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,331, > t_{tabel} 1,9855$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan signifikansi dibawah $0,05$ menunjukkan bahwa secara parsial Empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti hipotesis H_a diterima, arah koefisien regresi positif berarti bahwa Empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi Empati perusahaan dalam melakukan pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen sebaliknya semakin rendah empati yang diberikan semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel *dependent*.

Hipotesis:

$H_0: \beta = 0$: Secara signifikan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_a: \beta \neq 0$: Secara signifikan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_a ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Hasil pengujian pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap variable terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} = 19,578 > F_{tabel} 2,310$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan signifikansi dibawah $0,05$ menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variable terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*.

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,516 Hal ini berarti 51,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, bukti fisik, jaminan dan empati, sedangkan sisanya yaitu 48,4% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,248 + 0,115X_1 + 0,166X_2 + 0,251X_3 + 0,210X_4 + 0,119X_5$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi adalah positif, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variable bukti fisik (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,115 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,241 > t_{tabel} 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,018 (<0,05). Hal ini berarti bahwa bukti fisik (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bukti fisik (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variable kehandalan (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,166 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,005 > t_{tabel} 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,048 (<0,05). Hal ini berarti bahwa kehandalan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variable daya tanggap (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,251 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,679 > t_{tabel} 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,009 (<0,05). Hal ini berarti bahwa daya tanggap (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa variable jaminan (X_4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,210 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,536 > t_{tabel} 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,013 (<0,05). Hal ini berarti bahwa jaminan (X_4) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa jaminan (X_4) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
5. Hasil analisis diperoleh bahwa variable empati (X_5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,119 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,331 > t_{tabel} 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,047 (<0,05). Hal ini berarti bahwa empati (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan demikian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa empati (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dr. Drs. I Nyoman Lodra, M.Si selaku Bapak Direktur Politeknik Bali Maha Werdhi
Dr.Drs. I Made Darmada, M.Pd selaku reviewer naskah artikel di Politeknik Bali Maha Werdhi
Dewa Agung Nyoman Wibawa, S.Par., MBA selaku Koordinator Prodi Perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Irwan, Subandi, 2019, **Pengaruh Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten**, Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Manullang, Ida, (2019), **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Rekening Listrik Terhadap Kepuasan Konsumen PT. PLN**, Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Nurhayati, Irma, (2009), **Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Sleman Yogyakarta**, Jurnal Ekonomi.
- Priyatno, Duwi, (2021), **Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis data Penelitian dengan SPSS**, Edisi Pertama, Gava Media, Yogyakarta.
- Wibowo, Harry, (2019), **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan Sriwijaya Air di Surabaya**, Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Ayu Wulandari, (2019), **Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Minuman Yakult pada PT. Yakult Indonesia Persada Cabang Padang**, Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Bernadine, (2005), **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Rumah Makan Pondok Laras di Kelapa Dua, Depok**, Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 12, No. 3 September 2005, h. 318-336.
- Imam Ghozali, (2005), **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kamalina Din Jannah, (2003), **Analisis Kualitas Pelayanan Kesehatan Untuk Mewujudkan Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit SITI KHODIJAH Pekalongan**, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 2 September 2003, hal. 98 – 103
- Moureen Margaretha, (2004), **Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi kumpulan AJB Bumi Putera 1912 (studi Kasus di Jawa Tengah)**, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, vol. III No. 3 Desember 2004, h. 289 –308.
- Nanang Tasunar, (2006), **Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak**, Jurnal SainsPemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62.
- Wisnalmawati, (2005), **Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang**, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165.
- <http://www.swarajabbar.com/index.php/global-news/ragam/76-grasss-2011pln-upj-banjaran.html>
www.google.com