

Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Topas Galeria Hotel Bandung

Enos Julvirta
NPM : 148020152
Universitas Pasundan

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of pricing and service quality on customer satisfaction and its implications on customer loyalty at Topas Galeria Hotel Bandung.

In this study, the independent variables (X) are Pricing (X_1) and Quality of Service (X_2). Also in this study the dependent variable (Y) is Customer Satisfaction (Y_1) and Customer Loyalty (Y_2).

The data used are primary and secondary data. Primary data used in this study are interviews and questionnaires distributed to guests at Topas Galeria Hotel Bandung who consume direct services provided by Topas Galeria Hotel Bandung. Secondary data used by the author, through intermediate media in the form of evidence, notes, letters, reports or other similar documents. Data analysis in this research using path analysis approach, so that researcher can know the influence of each variable.

The results obtained are Pricing (X_1), Quality of Service (X_2) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y_1) and Customer Loyalty (Y_2) as evidenced from the regression analysis test.

Keywords:

Pricing, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Path Analysis, Regression Analysis Test.

I. Pendahuluan

Topas Galeria Hotel Bandung merupakan hotel berbintang 3 di Kota Bandung yang terletak di Jl. Dr. Djunjunan No. 153 Pasteur Bandung, Hotel ini didirikan pada tanggal 14 September 1994. Pada awalnya hotel ini bernama Topas Galeria Hotel dan hotel ini dimiliki oleh putra daerah, yaitu keluarga Soemali dengan badan hukum yaitu PT. Mustika Sangkuriang Wisata. Kata Topas memiliki arti yang berasal dari istilah sunda yaitu “Totogan Pasteur”. Artinya adalah Hotel yang terletak di akhir jalan Dr.Djunjunan (Terusan Pasteur) dan hotel ini memiliki nuansa seni, yaitu untuk memudahkan konsep antara Bisnis dengan Galeria, sehingga para tamu yang datang pun tidak hanya menginap tetapi juga dapat menikmati galeri yang bernuansa “Bandung Tempoe Doloe”

Topas Galeria Hotel Bandung mengalami penurunan persentase rata-rata tingkat huni kamar dari tahun 2014 hingga tahun 2016. Kondisi di atas juga dirasakan oleh pengelola Topas Galeria Hotel Bandung, dimana tingkat persaingan usaha yang semakin tinggi pada usaha akomodasi berdampak secara internal maupun eksternal. Dampak secara internal adalah pada sistem pengelolaan hotel yang lebih profesional dalam pelayanan, upaya dalam pemenuhan standar kualitas, pemberlakuan kebijakan diferensiasi harga dan produk, serta strategi promosi yang dilakukan. Sedangkan secara eksternal, tingkat persaingan yang tinggi sudah pasti akan berdampak pada tingkat kunjungan mengingat keberagaman produk dan harga yang ditawarkan oleh hotel pesaing dengan berbagi kelas dan jenisnya sehingga hal ini berdampak pula pada jumlah tamu yang menginap.

Senada dengan pernyataan di atas, Bapak Artwin selaku *General Manager (in charge)* Topas Galeria Hotel mengatakan bahwa tingkat persaingan usaha hotel di Bandung cukup tinggi dan dampaknya sangat dirasakan oleh pihak manajemen. Perlu upaya keras untuk mempertahankan tingkat kunjungan dan loyalitas pengunjung mengingat Topas Galeria Hotel sendiri bukanlah hotel besar, seperti hotel lainnya yang memiliki anggaran promosi yang besar sehingga loyalitas pelanggan (tamu) adalah faktor yang sangat menentukan. Salah satu cara untuk membangun loyalitas tersebut adalah dengan menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan.

Upaya pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan merupakan bentuk akomodasi

terhadap respon, saran, masukan, dan keluhan yang disampaikan pengunjung setelah menginap. Berdasarkan hasil *guest comment* diperoleh informasi akan sejumlah aspek yang dikeluhkan atau dirasa belum memenuhi harapan, keinginan atau standar kualitas pengunjung. Dari *guest comment* tersebut, aspek fasilitas hotel, prosedur reservasi dan transaksi yang cepat dan akurat, respon karyawan dan penanganan keluhan secara cepat menjadi aspek yang belum memperoleh predikat sangat memuaskan (*excellent*) dari tamu yang menginap, selain itu ada juga dari aspek kepercayaan terhadap karyawan dan karyawan yang tidak dapat memahami kebutuhan tamu juga disoroti oleh pengunjung pada kolom komentar *guest comment*. Hasil *guest comment* pada Topas Galeria Hotel Bandung dapat disajikan pada grafik di bawah ini.

Gambar 1. 1 Hasil Pengolahan Guest Comment Topas Galeria Hotel Bandung



Sumber : Manajemen Topas Galeria Hotel Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh pihak manajemen Topas Galeria Hotel Bandung, perbandingan besar aktual jumlah kamar terjual dengan target yang ditetapkan pihak manajemen pada semester ke-2 tahun 2016 dapat dilihat pada grafik di bawah ini :

Grafik 1.2. Aktual dan Forecast Tingkat Huni Kamar pada Topas Galeria Hotel Bandung Semester Ke-2 Tahun 2016



Sumber: Manajemen Topas Galeria Hotel Bandung (Februari 2017).

Pada grafik di atas terdapat beberapa pola yang dihasilkan dari penetapan target tingkat huni kamar oleh pihak manajemen Topas Galeria Hotel Bandung. Secara keseluruhan realisasi aktual tingkat huni kamar selama semester ke-2 yakni dari bulan Juli s/d Desember 2016 berada di bawah target tingkat huni kamar pada tahun sebelumnya, yakni dengan tingkat pencapaian aktual tingkat huni kamar sebesar 83,38%. Penurunan tertinggi terjadi pada bulan Oktober yang hanya mencapai 50,90% dari target yang ditetapkan yakni 70%. Penjualan kamar paling tinggi terjadi pada bulan Desember dengan 79,40% meskipun angka tersebut lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 87,50%. Tingginya jumlah kunjungan pada bulan Desember menurut pihak manajemen Topas Galeria Hotel Bandung dikarenakan pada bulan tersebut memasuki bulan libur sekolah, natal, dan tahun baru sehingga berdampak pada kenaikan jumlah wisatawan yang berlibur di Kota Bandung.

Merujuk pada hasil studi pendahuluan yang dilakukan dan fakta empiris yang ditemukan serta hasil sejumlah penelitian sebelumnya yang relevan, setidaknya peneliti menduga ada tiga faktor yang dominan berpengaruh pada loyalitas pelanggan di Topas Galeria Hotel Bandung yakni: penetapan harga, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan. Untuk membuktikan dugaan tersebut, peneliti berencana mengambil judul penelitian mengenai **“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Topas Galeria Hotel Bandung”**.

II. Tinjauan Pustaka

1. Penetapan Harga

Moekijat (2003:441) memberikan pengertian tentang penetapan harga sebagai suatu keputusan-keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu. Keputusan penetapan harga merupakan

pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk jasa tertentu yang bersifat relatif terhadap tingkat harga para pesaing, serta memiliki peran strategis yang krusial dalam menunjang implementasi strategi pemasaran. Dapat disimpulkan bahwa kebijakan penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan suatu perusahaan.

Sedangkan menurut Stanton (1996:350) pengertian penetapan harga adalah tuntutan atau pedoman tentang harga yang akan diperlukan untuk membuat keputusan di masa yang akan datang bilamana situasi menuntutnya. Penetapan harga adalah elemen yang sangat penting dari rencana pemasaran, dalam penetapan harga ada dua batas yang harus diperhatikan, yaitu sebagai batas bawah dan biaya sebagai batas bawah (Mc Donald & Keegan, 1997:151).

Pada umumnya perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya, tujuan tersebut adalah untuk : 1) mencapai laba maksimum; 2) meningkatkan penjualan; 3) mempertahankan dan memperbaiki pangsa pasar; serta 4) mencapai target pengembalian investasi. Penentuan harga jual (tarif) merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen. Tarif yang ditentukan harus cukup untuk menutup biaya dan menghasilkan laba yang optimum. Bila tarif yang diberlakukan terlalu tinggi, pembeli akan berkurang, volume penjualan akan berkurang, biaya total mungkin tidak akan dapat ditutup dan akhirnya akan mengakibatkan kerugian

2. Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

Garvin dalam Farida (2005:57), terdapat delapan dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.

- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, seperti hal produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
- e. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika (*esthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merk yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merk yang masih baru dan belum dikenal.

3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2003:36), kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Dalam pandangan Kotler ini, pelanggan yang sangat puas akan: 1) tetap setia lebih lama; 2) membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk-produk yang ada; 3) membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk-produknya; 4) memberi perhatian lebih sedikit kepada merk-merk dan iklan-iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga; 5) menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan; serta 6) biaya untuk pelayanannya lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan pelanggan baru karena transaksi yang lebih rutin.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan.

4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku (Kotler dan Keller, 2007:175). Sedangkan Menurut Tjiptono (2000:110) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Dalam pandangan Peter & Olson (2002:45), pelanggan yang loyal akan berlangganan atau melakukan pembelian ulang selama jangka waktu tertentu. Pelanggan yang loyal sangat berarti bagi badan usaha karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih mahal daripada memelihara pelanggan lama.

Terdapat empat jenis loyalitas yang muncul, bila keterikatan rendah dan tinggi diklasifikasikan silang dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi (Griffin, 2005). Empat jenis loyalitas pelanggan adalah:

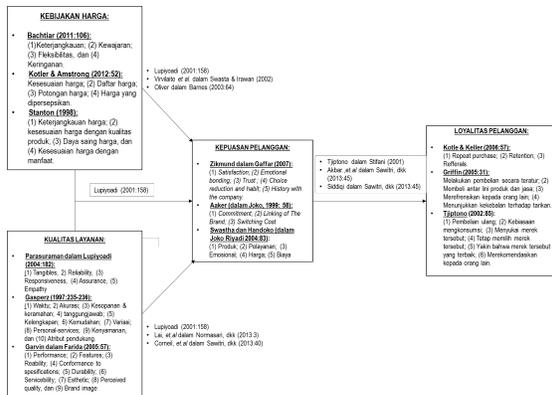
- a. Tanpa loyalitas, dimana pelanggan yang tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis ini, karena tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal dan hanya berkontribusi sedikit pada kekuatan keuangan perusahaan.
- b. Loyalitas yang lemah, dimana keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas lemah (*inertia loyalty*). Pelanggan ini membeli karena suatu kebiasaan.
- c. Loyalitas tersembunyi, dimana tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*).
- d. Loyalitas premium, dimana jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga

tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan di setiap perusahaan.

III. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Dalam penelitian kuantitatif, seorang peneliti harus memiliki asumsi untuk menguji teori secara deduktif, mencegah munculnya bias-bias, mengontrol penjelasan alternatif, dan mampu menggeneralisasikan dan menerapkan kembali penemuannya (Noor, 2011:38). Adapun pendekatan korelasional merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mempelajari hubungan dua variabel atau lebih, yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel dinyatakan dalam satu indeks yang dinamakan koefisien korelasi yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel atau untuk menyatakan besar kecilnya hubungan antar variabel (Noor, 2011:40).

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Dari Berbagai Sumber, 2017

Dalam penelitian ini, peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

- Penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Penetapan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

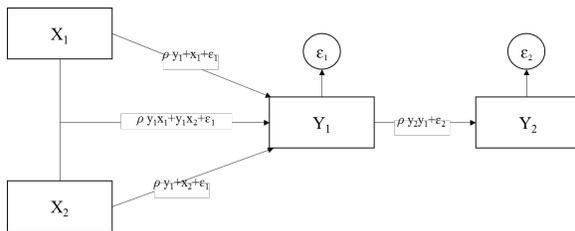
Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Analisis data dalam penelitian menggunakan pendekatan analisis jalur (*path analysis*). Noor (2011:225) menyatakan bahwa analisis jalur (*path analysis*) merupakan keterkaitan hubungan atau pengaruh antara variabel bebas, variabel intervening, dan variabel terikat dimana peneliti mendefinisikan secara jelas bahwa suatu variabel akan menjadi penyebab variabel lainnya yang biasanya disajikan dalam bentuk diagram. Analisis jalur (*path analysis*) merupakan pengembangan dari analisis regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur. Menurut Sugiyono, (2011:297), penggunaan analisis jalur (*path analysis*) dalam penelitian digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab-akibat (bukan bentuk hubungan interaktif/resiprokal). Sugiyono (2011:297-298) menambahkan, bahwa penggunaan analisis jalur dalam penelitian didasarkan pada sejumlah asumsi sebagai berikut:

- Hubungan antar variabel yang akan dianalisis berbentuk linear, aditif dan kausal.
- Variabel-variabel residual tidak berkorelasi dengan variabel yang mendahuluinya, dan tidak juga berkorelasi dengan variabel lain.
- Dalam model hubungan variabel hanya terdapat jalur kausal/sebab akibat searah, dan
- Data setiap variabel yang dianalisis adalah data interval dan berasal dari sumber yang sama.

Melalui analisis jalur ini, peneliti dapat mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel. Besarnya pengaruh dari suatu variabel independen ke variabel akibat tertentu dinyatakan oleh besarnya bilangan koefisien jalur dari variabel tersebut ke variabel dependen. Model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Hubungan Substruktural Analisis Jalur



Keterangan :

- X_1 = Kebijakan harga
- X_2 = Kualitas pelayanan
- Y_1 = Kepuasan pelanggan
- Y_2 = Loyalitas pelanggan
- ϵ_1 = Variabel residu (variabel lain di luar variabel X_1 , dan X_2 yang berpengaruh) ke variabel dependen (endogen).
- ϵ_2 = Variabel residu (variabel lain di luar variabel Y_1 yang berpengaruh) ke variabel dependen (endogen).

IV. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

1. Penetapan Harga
 Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pihak konsumen kepada pihak pemberi layanan barang maupun jasa, sehingga memberikan timbal balik antara konsumen dengan perusahaan
 Secara keseluruhan respon konsumen Topas Galeri Hotel Bandung terhadap variabel penetapan harga ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4. 1 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Penetapan Harga

No.	PERNYATAAN	Total		Indeks item (%)
		Ideal	Skor	
1	Harga yang ditawarkan terjangkau	575	436	75,8
2	Terdapat kesesuaian harga dengan kualitas produk	575	457	79,5
3	Memiliki daya saing harga terhadap layanan sejenis yang lain	575	396	68,9
4	Terdapa kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh	575	407	70,8
5	Fleksibel dalam penentuan tarif, sesuai dengan layanan yang diterima	575	398	69,2

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

2. Kepuasan Pelanggan

Pemetaan indikator memiliki atribut pendukung yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam mengukur perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan diberikan dari Topas Galeri Hotel Bandung. Berikut merupakan hasil dari indikator memiliki atribut pendukung yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan skala *likert*.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa indikator memiliki atribut pendukung yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam pengukuran perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan diberikan.

Tabel 4. 2 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

No.	PERNYATAAN	Total		Indeks item (%)
		Ideal	Skor	
1	Sesuai dengan waktu yang telah disepakati	575	454	79,0
2	Memiliki tingkat akurasi yang tinggi dalam pemberian informasi	575	458	79,7
3	Kesopanan & keramahan sesuai dengan standar pelayanan hotel	575	465	80,9
4	Para karyawan hotel memiliki tanggungjawab dalam melaksanakan tugasnya	575	399	69,4
5	Hotel memiliki kelengkapan sesuai dengan yang ditawarkan	575	405	70,4
6	Adanya kemudahan dalam melakukan urusan dengan pihak hotel	575	404	70,2
7	Memiliki variasi yang cukup dalam pelayanan yang diberikan	575	396	68,9
8	Personal-services sangat baik	575	407	70,8
9	Hotel memiliki tingkat kenyamanan yang sangat baik	575	398	69,2
10	Hotel memiliki atribut pendukung yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	575	402	70,0

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

3. Loyalitas Pelanggan

Untuk pengukuran variabel loyalitas pelanggan digunakan pendapat responden mengenai kepuasan terhadap Topas Galeri Hotel Bandung. Variabel kepuasan pelanggan di kembangkan menjadi empat butir pertanyaan. Respon konsumen Topas Galeri Hotel Bandung ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4. 3 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	PERNYATAAN	Total		Indeks item (%)
		Ideal	Skor	
1	Melakukan pembelian secara teratur	575	461	80,3
2	Membeli antar lini produk dan jasa	575	463	80,5
3	Merefrensikan kepada orang lain	575	396	68,9
4	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan.	575	430	74,8

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

4. Pengujian Signifikansi Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan perolehan skor dari variabel (X_1) Penetapan Harga dan (X_2) Kualitas Pelayanan, sebagai variabel pengaruh serta Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terpengaruh (Y) yang memberikan implikasi pada semakin tingginya loyalitas pelanggan (Z) pada Topas Galeri Hotel Bandung. Untuk itu perlu dilakukan analisis statistik. Mengingat penelitian ini melibatkan variabel antara (*intervening variabel*) untuk menghubungkan variabel bebas dan terikat maka tehnik statistik yang dipandang tepat pengujiannya adalah tehnik analisa jalur (*path analysis*) yang dilengkapi dengan analisis determinasi.

a. Pengujian Koefisien Pengaruh Variabel Penetapan Harga (X1) Terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian variabel Pengaruh Penetapan Harga (X1) terhadap Kualitas Pelayanan (X2), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Penetapan Harga (X1) Terhadap Kualitas Pelayanan (X2)

Koefisien Korelasi	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keterangan	Total Pengaruh
0,382	0,875	14,815	1,983	Signifikan	0,682

Sumber: Data Olah Penelitian, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien (r) antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah sebesar 0,382 artinya terdapat hubungan yang sedang antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Selanjutnya melalui uji signifikansi atas dasar koefisien jalur antara kedua variabel tersebut yaitu $P_{X_2X_1} = 0,875$ nampak t hitung = 14,815 lebih besar dari t tabel = 1,983. Ini berarti pengaruh variabel Penetapan Harga (X1) terhadap Kualitas Pelayanan (X2) adalah sangat signifikan.

Dengan demikian secara empirik, Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan di Topas Galeri Hotel Bandung.

b. Analisis Koefisien Pengaruh variabel Penetapan Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian variabel Pengaruh Penetapan Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Penetapan Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Koefisien Korelasi	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keterangan	Total Pengaruh
0,682	0,551	6,154	1,983	Signifikan	0,509

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien (r) antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,682 artinya terdapat adanya hubungan yang erat antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Selanjutnya melalui uji signifikansi atas dasar koefisien jalur antara kedua variabel tersebut yaitu $P_{X_1Y} = 0,551$ nampak bahwa t hitung = 6,154 lebih besar dari t tabel = 1,983. Ini berarti pengaruh variabel Penetapan Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sangat signifikan.

Dengan demikian secara empirik, Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan di Topas Galeri Hotel Bandung.

c. Analisa Koefisien Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap

Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Koefisien Korelasi	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keterangan	Total Pengaruh
0,622	0,637	4,846	1,983	Signifikan	0,732

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien (r) antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,622 artinya terdapat adanya hubungan yang erat antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Selanjutnya melalui uji signifikansi atas dasar koefisien jalur antara kedua variabel tersebut yaitu $P_{YX2} = 0,637$ nampak bahwa t hitung = 4,846 lebih besar dari t tabel = 1,983 Ini berarti pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif dan signifikan. Dengan demikian secara empirik dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Topas Galeri Hotel Bandung.

d. Analisa Koefisien Pengaruh Variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian variabel Pengaruh Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Pengaruh Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Koefisien Korelasi	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keterangan	Total Pengaruh
0,773	0,561	4,443	1,983	Signifikan	0,857

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

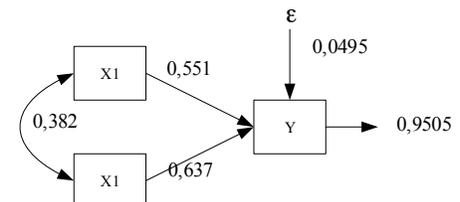
Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien (r) antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,773 artinya terdapat adanya hubungan yang erat antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Selanjutnya melalui uji signifikansi atas dasar koefisien jalur antara kedua variabel tersebut yaitu $P_{YX1X2} = 0,561$ nampak bahwa t hitung =

4,443 lebih besar dari t tabel = 1,983. Ini berarti pengaruh variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif dan signifikan.

Dengan demikian secara empirik dapat dikatakan bahwa Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Topas Galeri Hotel Bandung. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan Kepuasan Pelanggan yang memiliki motivasi dalam bekerja dan guru yang profesional meskipun relatif kecil, dimana hal tersebut mencakup: pengetahuan dan ketrampilan guru untuk bekerja secara kreatif, inovatif, produktif, efektif dan efisien sesuai Standar Operasional Prosedur yang telah ditetapkan sekolah.

Melihat dari besarnya pengaruh diatas, dan berdasarkan pengamatan serta hasil wawancara dengan sebagian responden ternyata Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan belum optimal dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Topas Galeri Hotel Bandung.

Gambar 4. 1 Diagram Jalur pengujian Variabel Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan



Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

Sementara itu koefisien jalur ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 8 Koefisien Jalur

No	Variabel	Koefisien Jalur
1	Penetapan Harga	0,551
2	Kualitas Pelayanan	0,637

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

Perhitungan variabel pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Penetapan Harga

Langsung	$0,551^2$	= 30,36 %
	$0,509 \times 0,382 \times$	
Melalui x2	0,551	= 10,71 %
Total		= 42,07 %

Pengaruh Kualitas Pelayanan

Langsung	$0,637^2$	= 40,57 %
	$0,551 \times 0,382 \times$	
Melalui x1	0,637	= 13,41 %
Total		= 53,98 %

Pengaruh secara simultan dari kedua variabel (Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap Kepuasan Pelanggan di Topas Galeri Hotel Bandung adalah :
 Pengaruh Penetapan Harga = 42,07 %
 Pengaruh Kualitas Pelayanan = 53,98 %
 Simultane (jumlah pengaruh) $R^2 = 95,05$ %
 Pengaruh lain = 4,95 %

Tabel 4. 9 Pengaruh Total, Langsung dan Pagaruh Tidak Langsung terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Langsug	Tidak		Pengaruh Total
			Langsung X1	X2	
1	Penetapan Harga	0,551	-	0,382	42,07 %
2	Kualitas Pelayanan	0,637	0,382	-	53,98 %
Simultan			95,05 %		

Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

e. Analisa Koefisien Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas pelanggan (Z)

Berdasarkan hasil pengujian variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap loyalitas pelanggan (Z) diperoleh hasil sebagai berikut :

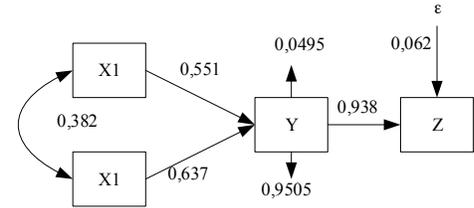
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Pengaruh Kinerja Pegawai (Y) Terhadap Pencapaian Standar Loyalitas pelanggan (Z)

Koefisien Korelasi	Koefisien Jalur	t hitung	t tabel	Keterangan	Total Pengaruh
0,969	0,938	25,898	1,983	Signifikan	0,938

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien (r) antara variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Pencapaian Standar Kualitas Pelayanan Lulusan Siswa (Z) adalah sebesar 0,969 artinya terdapat hubungan yang sangat erat antara variabel Kepuasan Pelanggan dengan Pencapaian Standar Loyalitas pelanggan. Selanjutnya melalui uji signifikansi atas dasar koefisien jalur antara kedua variabel tersebut yaitu $P_{YZ} = 0,938$ nampak bahwa t hitung = 25,898 lebih besar dari t tabel = 1,983. Ini berarti pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Pencapaian Standar Loyalitas pelanggan adalah positif dan sangat signifikan dengan determinasi sebesar 0,938 atau 93,80%.

Gambar 4. 2 Diagram Jalur pengujian Variabel Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan



Sumber : Data Olah Penelitian, 2017

f. Analisa Koefisien Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas pelanggan (Z)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel tergantung. Koefisien ini dihitung dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi dan nilai koefisien pengaruh yang diperoleh melalui perhitungan, dapat dijelaskan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dari keseluruhan variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah $r_{X1X2} = 0,382$ dengan determinasi sebesar $(0,382)^2 = 0,1459$. ini menunjukkan bahwa terdapat 14,59% perubahan yang terjadi pada variabel Kualitas Pelayanan

dijelaskan atau ditentukan oleh variabel Penetapan Harga, artinya kontribusi hubungan antara variabel Penetapan Harga dengan Kualitas Pelayanan cukup kecil yaitu 14,59% sedangkan sisanya sebesar 85,41% dipengaruhi oleh faktor lain.

- 2) Koefisien antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar $r_{X1Y} = 0,682$ dengan determinasi sebesar $(0,682)^2 = 0,4651$. ini menunjukkan bahwa terdapat 46,51% perubahan yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan dijelaskan atau ditentukan oleh variabel Penetapan Harga, artinya kontribusi hubungan antara variabel Penetapan Harga dengan Kepuasan Pelanggan cukup besar yaitu sebesar 46,51% sedangkan sisanya sebesar 53,49% dipengaruhi oleh faktor lain.
- 3) Koefisien korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $r_{X2Y} = 0,622$ dengan determinasi sebesar $(0,622)^2 = 0,3869$. Ini menunjukkan bahwa terdapat 38,69% perubahan yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan dijelaskan atau ditentukan oleh variabel Kualitas Pelayanan, artinya kontribusi hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan cukup besar yaitu 38,69%, sedangkan sisanya sebesar 61,31% dipengaruhi oleh faktor lain.
- 4) Koefisien korelasi antara variabel Penetapan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $r_{X1X2Y} = 0,9747$ dengan determinasi sebesar $(0,9747)^2 = 0,9505$. Ini menunjukkan bahwa terdapat 95,05% perubahan yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan dijelaskan atau ditentukan oleh variabel Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan, artinya kontribusi hubungan antara variabel Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sangat besar yaitu 95,05%, sedangkan sisanya sebesar 4,95% dipengaruhi oleh faktor lain.
- 5) Koefisien korelasi antara variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan Pencapaian Standar Loyalitas pelanggan

(Z) adalah $r_{YZ} = 0,969$ dengan determinasi sebesar $(0,969)^2 = 0,938$. Ini menunjukkan bahwa terdapat 93,80% perubahan yang terjadi pada variabel Pencapaian Standar Kualitas Pelayanan Siswa dijelaskan atau ditentukan oleh variabel Kepuasan Pelanggan, artinya kontribusi hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan sangat besar yaitu 93,80%, sedangkan sisanya sebesar 6,20% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dari uji simultan dan uji parsial, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga pada Topas Galeri Hotel Bandung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dibuktikan dari uji analisis regresi. Bentuk pengaruh dari kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan pelanggan tersebut dapat digambarkan dengan persamaan regresi yang diperoleh nilai koefisien regresi yang bertanda positif, hal tersebut menunjukkan bahwa antar kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan satu point, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Jika harga ditingkatkan satu point maka akan diikuti menurunnya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjamin kepuasan pelanggan dapat terwujud, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik Topas Galeri Hotel Bandung yaitu dengan menjamin kualitas pelayanan untuk tetap baik dan menjamin harga yang sesuai dengan harapan pelanggan, karena kontribusi dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan cukup besar.

Secara umum dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dari hasil simultan yang diperoleh dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan harga yang signifikan, yang berarti ada pengaruh yang antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. besarnya pengaruh dari kedua variabel ini cukup besar.

Dari hasil analisis kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan Topas Galeri Hotel Bandung termasuk dalam kategori baik yang sesuai dengan pernyataan sebagian besar responden. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2006:176) yang

menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Karena citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Sedangkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu produk. Menurut sebagian besar responden, bukti fisik pada Topas Galeri Hotel Bandung termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari kondisi bangunan yang luas dan kokoh, lokasi yang strategis, adanya nota pembelian, karyawan yang rapi dan papan nama toko yang terlihat jelas. Disamping itu Topas Galeri Hotel Bandung juga cepat dalam melayani pembelian, cermat dalam menyelesaikan transaksi pembayaran, dalam melayani pelanggan dan tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan. Jika dilihat dari aspek jaminan dan empati atau perhatian, menurut pernyataan sebagian besar responden Topas Galeri Hotel Bandung mudah dihubungi, mampu menjelaskan masalah yang dihadapi pelanggan, karyawan yang bersemangat dalam bekerja, karyawan mampu memberikan informasi yang jelas kepada pembeli dan mengucapkan terima kasih setelah transaksi jual beli. Sedangkan harga yang disediakan Topas Galeri Hotel Bandung termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari harga yang terjangkau, harga yang lebih murah dibanding pesaingnya dan harga sesuai dengan kualitas barang. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan daya beli pelanggan, karena harga erat kaitannya dengan perspektif pelanggan. Pelanggan langsung merasakan perubahan harga yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan sumarni (2000:281) yaitu penetapan harga bukan merupakan pekerjaan yang mudah. Seringkali perusahaan menetapkan harga terlalu berorientasi pada biaya dan kurang meninjau perubahan pasar. Oleh karena itu dalam menetapkan harga perlu diperhatikan pula daya beli pelanggannya agar pelanggan tidak beralih pada hotel yang lain. Kenaikan harga yang dilakukan Topas Galeri Hotel Bandung dikarenakan jumlah barang yang diminta lebih sedikit dibandingkan dengan stok barang yang ada, atau bisa dikatakan adanya kelangkaan barang. Untuk mengimbangi hal itu agar diterima oleh pelanggan, Topas Galeri Hotel Bandung memperhatikan kualitas barang yang ditawarkannya agar kenaikan tersebut tidak menjadi suatu bentuk kekecewaan bagi konsumen.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Topas Galeri Hotel Bandung, pengaruh tersebut yang berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.
2. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Topas Galeri Hotel Bandung, pengaruh tersebut berarti jika harga meningkat tingkat kepuasan pelanggan akan semakin menurun.
3. Diantara variabel kualitas pelayanan dan harga, yang berpengaruh paling kecil terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.
4. Kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh tersebut berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan dari simpulan diatas adalah sebagai berikut

1. Pemilik Topas Galeri Hotel Bandung hendaknya memperhatikan kembali kualitas pelayanannya khususnya pada aspek jaminan karyawan yang masih kurang mampu dalam menjelaskan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Hendaknya karyawan dibekali pengetahuan yang cukup terkait dengan peta turis di wilayah kota Bandung.
2. Selain kualitas pelayanan, pemilik juga hendaknya memperhatikan harga yang ditawarkan atas layanan yang diberikan, harga yang ditawarkan bila mengalami perubahan hendaknya diberitahukan agar pelanggan tidak kecewa atas perubahan harga barang yang ditawarkan. Perubahan ini juga harus diiringi dengan kualitas pelayanan yang diberikan, juga harus sesuai dengan keinginan pelanggan.
3. Dari sudut pandang kepuasan pelanggan, pemilik hotel disarankan untuk memperhatikan komponen kepuasan pelanggan. Diharapkan terdapat tindak lanjut dari komponen *empathy* dan *assurance*.

Bagi peneliti yang akan datang disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain yang diduga

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti lokasi, kualitas produk, promosi. Sehingga diperoleh informasi secara lengkap terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Topas Galeri Hotel Bandung.

Daftar Pustaka

- AA Anwar Prabumangkunegara, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung, ROFDA.
- Abdurachman, H. Arifin, Prof. Dr., 2002. *Kerangka Pokok-pokok Management Umum*, Jakarta, PT. Ichtiar Baru Van Hoeve
- Arikunto Suharsimi, 2001, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rhineka Cipta.
- Andrew, E.B.Tani, 2005, *Corporate Culture & proses Pengembangan Organisasi*; Jakarta, Optimal Technology Consultant
- Andrew F. Sikula, 2006, *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*, New Delhi: tata McGraw-Hill Publishing Company
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:PT. Rineka Cipta.
- Arnoldo C.Hax & Nicolas S.Majluf, 2004, *Strategy Management An Integrative Perspective*, New Jersey: Printice Hall Inc.
- Asiah Zuhri dkk, 2000, *Manajemen Teori dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta, CV Haji Mas Agung,
- AS Muanajar, B. Sjahbadhyani dan Rufus Patty Wutun, 2004, *Peran Budaya Organisasi dalam Peningkatan Unjuk Kerja Perusahaan*, Jakarta PT Erlangga
- Bambang Wahyudi, 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta :Erlangga
- Bintoro Tjokroamidjojo, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta :Erlangga
- Block, James M. 2001, *Assignment : Management, A Guide to Executive*. New Jersey: Printice Hall Inc.
- Cascio, FW, 2003, *managing human resource: Productivity, Quality of Work Life, Profit* Fifth Edition, Irwin Mc Graw – Hill Companies, Inc.
- Cohen and Holliday, 2004, *Statistic For Social Scientist*, Harper & Row, Publishers London
- Consuelo G. Sevilla dkk, 2002, *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara
- 2004 *Ensklopedia Aministrasi*. Jakarta PT Gunung Agung,
- David A. Nadler; J. Richard Hackman; 2004, Edward E. Lawler III, *Managing Organizational Behavior*, Boston, Toronto, Little Brown and Company
- Daniel A. Nadler, 2005, *Organisasi Dynamic*, Mc Graw – Hill Companies
- David C. Mc Celland, 2004, *Human Resource Management*, Irwin Mc Graw – Hill Companies, Inc.
- Dale Yoder, 2004, *Managing Human Resource*, Prentice Hall, Inc, New Jersey
- Faustino Cardoso Gomes, 2004, *Human Resource Development*, Prentice Hall, Inc, New Jersey
- Friedman, 2007, *Management*, Prentice Hall, Inc, New Jersey
- Ghozali, imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Handayani, Soewarno, Drs., 2004, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Management*, Jakarta, PT. Gunung Agung
- Handoko, T. Hani, 2006, *Manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain*, Yogyakarta, BPFE
- Hasibuan, Melayu S.P., Drs., 2004, *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*, Jakarta, CV. Haji Mas Agung
- Hersey & Blanchard, 2005, *Management of Organization Behavior*, Prentice Hall, Inc, New Jersey,
- Iglesias, Guillen. 2004. *Perceived Quality and Price: Their Impact on The Satisfaction of Restaurant Customers. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume 16 Number 6. Pp 373-379. Emerald Group Publishing Limited.
- John P. Kotter, James L. Kaskett, 2006, *Dampak Budaya Perusahaan terhadap Kinerja*, Prehallindo Simon & Scluster (Asia) Pte, Ltd, the Free Press
- Kartono, Kartini., Dra., 2004, *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Jakarta, Rajawali
- Keith Davis, 2004, *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*, New Delhi: tata McGraw-Hill Publishing Company
- Kotler, Philip, 1996, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat

- Majalah *Management & Usahawan Indonesia*, maret 2006, No.2 thn XXXV
- Manulang,M. 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, CV Haji Mas Agung
- Mary Parker Follet, 2000, *Manajemen Teori dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta, PT Gunung Agung.
- Moekijat. 2004, *Prinsip-Prinsip Administrasi, Manajemen dan Kepemimpinan*, Bandung : Alumni
- Mondy, R Wayne, 2005, *Managing Human Resource*, Fifth Edition, Irwin Mc Graw – Hill Companies, Inc.
- Nawawi, Hadari. 2002, *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta,
- Nazir, Moh. 2003, *Metode Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara,
- Nitisemito, Alex. S.2006, *Manajemen Personalialia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*, Edisi ketiga, Jakarta : Ghalia Indonesia
- Ndraha, Talizuduhu, 2003, *Budaya Organisasi*, Jakarta, PT Gahlia Indonesia
- Pamudji, S. 2002, *Kepemimpnan Pemerintahan di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Pariata Westra, Drs, 2001, *Ensiklopedia Administrasi*, Jakarta
- Prajudi Atmosudirjo, 2007, *Pengambilan Keputusan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Prasetya Irawan, 2007, *Metode Penelitian*, Jakarta, PT Gunung Agung
- Qin, Prybutok, dkk. 2010. *Perceived service quality in fast food restaurants: empirical evidence from china. International Journal of Quality and Reliability Management*. Volume 27 no. 4. Pp 424-437.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robert Bacal, 2005, *Performance Manajement*, Prentice Hall, Inc, New Jersey
- Rivai A., 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, PT Gramedia
- Rokeach, N., 2002 , *The Nature of human values*, the free press, Mc Millan Publ.Co.Inc. New York
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Komputindo. Soemantri, Ating dan Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Selamet, WA, *Dasar-dasar Administerasi pemerintahan*, Jakarta, PT Gunung Agung. 2005
- Shaun Tyson, Tony Jackson, 2000, *The Esense of Organizational Behavior*, Mc Millan Publ.Co.Inc. New York
- Siagian, Sondang P. 2008, *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku administrasi*. Jakarta : PT. Gunung Agung, 2002.
- , *Filsafat Administrasi*, Jakarta: PT Gunung Agung, 2008
- , *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. 2004, Jakarta : PT. Gunung Agung,.
- Silalahi, Ulbert. 2004. *Studi tentang Ilmu Administrasi Konsep, Teori, dan Dimensi*. Bandung: Sinar Baru.
- Siregar Bakri, 2001, *Metode Riset Social Suatu Pengantar*, Jakarta : Raja Grapindo Persada
- Soegiyono.2002.*Metode Penelitian Administrasi*:Bandung :Alfabeta
- Soekarno, K. 2004, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta, Miswar
- Soekidjo Notoatmojdo., 2003, *Manajemen Perkantoran*, Bandung Alfabeta
- Stephen P. Robbins,2006, *Perilaku Organisasi*, Prenhallindo, Jakarta
- Stoner,James A.F.,2007, *Management*. Sixth Edition,New Jersey : Prentice Hall,Inc.
- Sugandha, Dann., Drs., MPA, 2005, *Kepemimpinan Di Dalam Administrasi*, bandung, Sinar Baru.
- Suherman dkk., 2007, *Teknik-Teknik Dasar Pembangunan Masyarakat*, Jakarta, CV. Haji Masagung
- Sujana, 2001, *Metode Statistika*, Bandung Tarsito
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA
- Sukirno, Sadono. 2006. *Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumarni, Murti. 2000. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sutrisno. 2001. *Statistika Jilid 2*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Surachmad, Winarno, 2002, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, bandung, Tarsito.
- Suryaningrat, bayu., Drs, 2000, *Wewenang Tugas dan Tanggung Jawab*, Jakarta-Surabaya, Pacto
- Suwardi, Eddy., Drs, 2003, *Aspek-Aspek Kepemimpinan Dalam Manajemen*.
- The Liang Gie, 2004 *Aministrasi Negara* jakarta :PT Gunung Agung,
- Thoha, Miftah, 2003, *Kepemimpinana Dalam Manajemen*. Jakarta : Raja Grapindo Persada,

- , 2007, *Perilaku Organisasi*, Jakarta Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy, dkk. 2003. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Umar Gay, 2000, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta, Rineka Cipta
- Umar Husein, 2004, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Winardi, 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Ya'cob, H. Hamzah., Dr, 2004, *Menuju Keberhasilan Manajemen dan Kepemimpinan*, Bandung, CV. Dipenogoro