

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PT. GARUDA INDONESIA DI KABUPATEN NABIRE

Lamba Toding Palimbu

Program Studi Adminitrasi Bisnis Universitas Satya Mandala Nabire

Email :

lambatoding.palimbu@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen (Variabel Bebas) dan Kualitas Pelayanan Jasa PT. Garuda Indonesia (Variabel Terikat), Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar tingkat kepuasan konsumen meningkat di Kabupaten Nabire dan juga untuk mengetahui pengaruh harga tiket yang ditetapkan oleh PT. Garuda Indonesia terhadap tingkat kepuasan konsumen di Kabupaten Nabire serta untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang mempengaruhi PT. Garuda Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar tingkat kepuasan konsumen meningkat di Kabupaten Nabire yang berkaitan dengan kedua variabel tersebut diatas. Variabel tersebut diatas menggunakan Metode Deskriptif. Yang menjadi objek Penelitian adalah Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Jasa PT. Garuda Indonesia di Kabupaten Nabire dengan sampel yang diambil dengan menggunakan tehnik purposive sampling yang berjumlah 88 orang. Berdasarkan hasil analisa data dengan menggunakan instrumen daftar pertanyaan dan pengamatan langsung di lapangan menunjukkan bahwa Tingkat Kepuasan Konsumen dengan indikator Produk, Biaya / Tarif, dan Sarana / Prasarana perlu untuk lebih ditingkatkan Selanjutnya mengenai Kualitas Pelayanan Jasa yang dilakukan oleh PT.Garuda Indonesia perlu untuk lebih di tingkatkan menjadi lebih baik lagi. Tingkat Kepuasan Konsumen di harapkan dapat menjadi tolak ukur dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa yang lebih baik sesuai dengan yang diharapkan.

Kata Kunci : Produk, Biaya/Tarif,Sarana /Prasarana (Variable X) Kehandalan, Daya Tanggap,Jaminan,Empati,Bukti Fisisk (Variabel Y)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the level of consumer satisfaction (independent variable) and service quality of PT. Garuda Indonesia (Dependent Variable), To find out how the efforts made by PT. Garuda Indonesia in improving the quality of services so that the level of customer satisfaction increases in Nabire Regency and also to determine the effect of ticket prices set by PT. Garuda Indonesia on the level of customer satisfaction in Nabire Regency and to find out what factors influence PT. Garuda Indonesia in improving the quality of service so that the level of customer satisfaction increases in Nabire Regency related to the two variables mentioned above. The variables mentioned above use the Descriptive Method. The object of research is the level of consumer satisfaction with the service quality of PT. Garuda Indonesia in Nabire Regency with samples taken using a purposive sampling technique, totaling 88 people. Based on the results of data analysis using the questionnaire instrument and direct observation in the field, it shows that the level of consumer satisfaction with indicators of products, costs / tariffs and facilities / infrastructure needs to be further improved. improved for the better. The level of consumer satisfaction is expected to be a benchmark in improving the quality of services to be better as expected.

Keywords: *Product, Cost/Tariff, Facilities/Infrastructure (Variable X) Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence (Variable Y)*

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan bisnis di bidang penerbangan setiap perusahaan yang membutuhkan strategi pemasaran maupun pelayanan untuk menarik kepercayaan konsumen terhadap masing-masing maskapai penerbangan. Persaingan yang ketat dalam bidang usaha jasa transportasi udara saat ini banyak terjadi pada maskapai penerbangan yang menerapkan penerbangan dengan biaya murah (*Lost Cost Carrier*). Untuk biaya tetap berjaya, maka sudah selayaknyalah masing-masing maskapai penerbangan mempunyai strategi yang tepat didalam membidik calon penumpang dengan cara memilih dan menentukan target pasar atau pemilihan lapisan masyarakat yang dituju agar sesuai antara pelayanan yang diberikan dengan harga tiket yang dijual dan yang paling penting tidak mengabaikan keselamatan penerbangan. Melihat perkembangan usaha PT. Garuda Indonesia dalam bisnis maskapai penerbangan pada akhir-akhir ini memang patut diacungi jempol. Hal ini dikarenakan dengan adanya program-program baru yang dirilis oleh PT. Garuda Indonesia. PT. Garuda Indonesia saat ini sedang melaksanakan program *Quantum Leap* dan Pengembangan dan Revitalisasi armada menjadi salah satu focus utamanya. Sebagai maskapai penerbangan Nasional Ber-Plat Merah apa yang telah diupayakan pihak PT. Garuda Indonesia untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya telah mengalami kemajuan. Itu terbukti dengan PT. Garuda Indonesia telah menggunakan beberapa pesawatnya yang terbaru. Beberapa pesawat tersebut telah diperbaharui tampilan eksteriornya untuk menyegarkan penampilan maskapai ini. Untuk menerapkan konsep layanan PT. Garuda Indonesia yang Experience maka saat ini pihak PT. Garuda Indonesia masih tetap konsisten dengan pola disiplin para personil layanan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan standar pada setiap aspek sebagai fondasi dasarnya. Hal itu terbukti dengan terdapatnya konsumen PT. Garuda Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun dan juga seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis penerbangan di Indonesia. Untuk itu agar usaha kepuasan konsumen tetap terjaga maka PT. Garuda Indonesia selalu mengupgrade kualitas pelayanannya baik secara Nasional maupun Internasional.. Kesemua hal yang telah dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia seperti yang telah disebutkan diatas, maka pada dasarnya untuk menepis anggapan negative mengenai dunia penerbangan di Indonesia. Banyak factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah harga. Harga merupakan salah satu factor penting karena harga dapat 3 menjadi satu alasan utama konsumen memilih produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen yang dapat menghasilkan pendapatan. Harga juga merupakan salah satu elemen yang fleksibel karena harga dapat berubah sewaktu-waktu. Harga juga dapat menjadi penentu keberhasilan perusahaan karena harga dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk maupun jasa. (Jacub dan Laksono, 2012). Bukti fisik juga dapat menunjukkan seberapa baik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana yang harus dapat diandalkan. Penampilan fisik tersebut dapat berupa pelayanan karyawan dan komunikasi yang baik dan menarik akan dapat memberikan warna dalam pelayanan terhadap konsumen. Selain itu juga tingkat kelengkapan sarana dan prasarana dan tehnologi yang digunakan juga sangat berpengaruh pada pelayanan terhadap konsumen. Dalam hal ini sejauh mana perusahaan memfasilitasi sarana komunikasi sebagai upaya untuk memberikan

kemudahan dalam pelayanan adalah suatu hal yang tidak terpisahkan.(Assegaf ; 2009) Pemenuhan janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dan pelayanan) dalam pelayanan akan sangat juga mempengaruhi didalam kredibilitas perusahaan.

Daya tanggap juga merupakan salah satu factor yang menunjukkan kebijakan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat 4 kepada konsumen. Adapun bentuk kepedulian tersebut dapat dilakukan melalui pencapaian informasi dan penjelasan-penjelasan ataupun melalui tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh seorang konsumen. Jaminan merupakan sebuah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan dan dapat menjamin kerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen. Dengan tingkat pengetahuan mereka akan menunjukkan tingkat kepercayaan bagi konsumen seperti sikap ramah, sopan bersahabat adalah menunjukkan adanya perhatian pada konsumen.(Pertiwi, 2008).

Empati adalah memberikan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada konsumen dan berupaya untuk memahami keinginan daripada konsumen. Salah satu bentuk empati adalah sifat kepedulian terhadap masalah yang dihadapi konsumen, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual yang mana kesemuanya itu akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini kualitas yang memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan konsumen. Suatu kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan terhadap konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). 5 Alasan yang mendasari pemilihan objek pada penelitian ini adalah bahwa PT. Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai penerbangan yang menawarkan jasa pelayanan yang berkualitas dengan mengutamakan aspek keselamatan dan keamanan penerbangan dengan harga tiket yang bersaing. Harga yang ditawarkan oleh PT. Garuda Indonesia sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pengguna jasa penerbangan mendapat kepuasan ketika melakukan penerbangan bersama Garuda Indonesia. Namun hal ini khusus di Kabupaten Nabie PT Garuda Indonesia dalam melakukan operasionalnya tidak berjalan sendiri karena secara manajemen dan administrasinya bekerjasama dengan PT Guna Indah Raya dalam hal pelayanan penjualan ticketing dan pelayanan lainnya yang berhubungan dengan operasional PT Garuda Indonesia. PT. Guna Indah Raya adalah suatu organisasi swasta yang bergerak di bidang pelayanan penjualan tiket sedangkan secara operasionalnya dilakukan oleh PT.Garuda Indonesia. Dengan demikian saat ini penulis membatasi masalah penelitian pada :

- 1) Bagaimana PT. Garuda Indonesia dalam melakukan operasionalnya dengan melihat tingkatkepuasan konsumen yang salah satunya adalah jasa pelayanan yang diberikan oleh PT Garuda Indonesia tersebut. 6
- 2) Bagaimana PT. Garuda Indonesia dapat menunjukkan kualitas pelayanan yang maksimal kepada pelanggan termasuk salah satunya adalah dengan tingkat harga yang ada.

Pengertian Tingkat Kepuasan Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan dan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Menurut Irawan, Kepuasan Konsumen adalah hasil dari akumulasi dan dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan pelayanan (Jasa). Konsumen puas kalau setelah membeli produk tersebut ternyata kualitas produknya baik. Sedangkan menurut Umar, (2005 :65), Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Selain itu Kepuasan Konsumen menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007 : 177) mengatakan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain factor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan factor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima (5) factor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu : 1. Kualitas Produk Menurut Kotler dan Keller (2009, p.4) bahwa Produk adalah Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. 2. Kualitas Pelayanan Salah satu yang dapat ditunjukkan dengan adanya kualitas pelayanan adalah tersedianya sarana dan prasarana yang cukup sehingga konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Moenir (1992) bahwa Sarana dan prasarana merupakan segala bentuk jenis peralatan, perlengkapan kerja serta fasilitas dimana memiliki fungsi sebagai alat utama maupun pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan serta hal-hal yang juga berhubungan dengan organisasi kerja. 3. Emosional Menurut Daniel Goleman (2002) bahwa emosi adalah merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak, Biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu. 4. Harga Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah Nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. 5. Biaya Menurut Mulyadi (2015 :8) bahwa Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi

untuk tujuan tertentu. Menurut Kotler yang dikutip dari Buku Total Quality Management ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan terhadap konsumen, diantaranya (Tjiptono, 2003 :14) adalah : 1. Sistem Keluhan dan Saran 2. Ghost Shopping 3. Lost Customer Analysis 4. Survai kepuasan Pelanggan Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai baik melalui pos, telepon maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (Signal) positif bahwa perusahaan menaruh harapan terhadap pelanggannya. Pengertian dan Definisi Konsumen Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka (2) , Konsumen adalah Setiap orang pemakai barang dan / jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orain lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menurut A. Abduraman,(1986) Konsumen dalam buku Kamus Ekonomi Seseorang yang melakukan perdagangan adalah menggunakan barang dan / pelayanan jasa. Selain itu juga menurut Az. Nasution, Konsumen sendiri dapat di bagi menjadi dua (2) golongan Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Terdapat beberapa jenis pelayanan yang dapat diberikan kepada konsumen atau organisasi di dalam suatu tujuan yang hendak di capai antara lain a) Kehandalan (Reliability) .b) Daya Tanggap (Responsiveness). c) Jaminan (Assurance) . d) Empati (Empaty) . e) Bukti Fisik (Tangibles) Menurut Fitzsimmons (2011) bahwa berdasarkan kompetisi dan kebutuhan personal, konsumen akan memilih penyedia layanan (Service Provider) berdasarkan Sembilan (9) kriteria antara lain : 1 Availability, 2 Convenience, 3 Dependability, 4 Personaliaztion, 5 Price 6 Quality, 8 Safety,9 Speed,

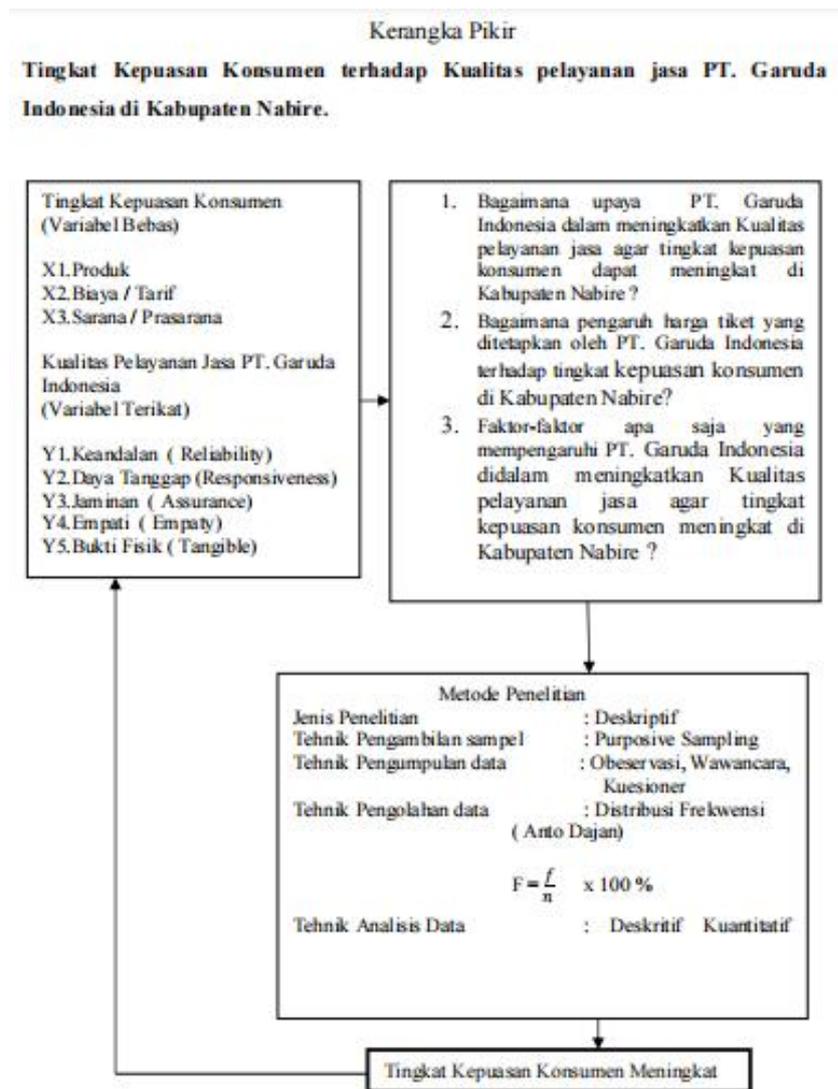
METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada uraian penelitian memberikan batasan masalah hanya pada Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Jasa PT. Garuda Indonesia di Kabupaten Nabire. Setelah masalah diteliti maka dapat ditentukan variabel apa yang di teliti dan bagaimana hubungan variabel maka peneliti mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana upaya PT. Garuda Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar tingkat kepuasan konsumen dapat meningkat serta bagaimana pengaruh harga tiket yang ditetapkan oleh PT. Garuda Indonesia terhadap tingkat kepuasan konsumen di Kabupaten Nabire. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi PT. Garuda Indonesia didalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa agar tingkat kepuasan konsumen meningkat di Kabupaten Nabire.

Kerangka Pikir Kerangka berpikir merupakan bagian dari penelitian yang menggambarkan alur pikiran peneliti, dalam memberikan penjelasan kepada orang lain. Sugiyono (2001) mengatakan bahwa kerangka berpikir merupakan sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan. Adapun alur pikir pada penelitian ini yang menyangkut variabel bebas yaitu TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN dengan indikatornya adalah Produk (X1), Biaya/Tarif (X2), dan Sarana / Prasarana (X3). Sedangkan variabel terikat yaitu Kualitas Pelayanan Jasa

PT. Garuda Indonesia dengan indikatornya adalah Reliability (Keandalan) (Y1), Responsiveness (Daya Tanggap) (Y2) dan Assurance (Jaminan) (Y3), Empaty (Empati) (Y4) dan Tangibles (Bukti Fisik) (Y5). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Jasa PT. Garuda Indonesia di Kabupaten Nabire. Alur Pemikiran peneliti dapat dilihat pada bagan berikut ini

Gambar. 1



Tehnik Analisis Data : Deskritif Kuantitatif , Sampel menurut Anto Dayan (1974 : 100)bahwa sampel adalah bagian jumlah penduduk yang kurang dari populasi setelahmengetahui besarnya populasi yang menjadi sasaran penelitian sehingga denganmempertimbangkan waktu, tenaga, dan biaya yang terbatas sehingga tidak mungkin seluruh penduduk yang ada pada di Kota Nabire untuk di teliti. Adapun teknik penelitian sampel yang digunakan adalah tehnikpengambilan sampel Proposive dimana tehnik dalam pengambilan data dari sebuah populasi yang didasarkan dengan adanya target atau tujuan tertentu dalam suatu penelitian (Arikunto ; 2006) yang dengan rincian sebagai berikut: Karyawan PT. Guna Indah Raya : 38 Orang Jumlah

Konsumen : 50 Orang Jumlah : 88 Orang . PT. Guna Indah Raya didirikan pada tahun 2000. PT Guna Indah Raya ini bekerja dalam bidang Jasa Angkutan Udara / Tour and Travel serta Cargo Service. PT. Guna Indah Raya ini dipimpin langsung oleh Bapak Yudy Setiawan Prawitha. Dengan jumlah karyawan sebanyak 38 Orang. PT Guna Indah Raya ini dalam pengoperasannya bekerjasama dengan PT Garuda Indonesia dalam hal penjualan tiket.

Tabel 1.

Data Penjualan Tiket Gerai Garuda Indonesia Nabire Tahun 2021

No	Bulan	Total
1.	Januari	Rp.543.228.346,-
2.	Februari	Rp.465.851.729,-
3.	Maret	Rp.398.377.301,-
4.	April	Rp.570.380.167,-
5.	Mei	Rp.394.328.600,-
	Jumlah	Rp.2.372.166.143,-

Sumber :PT. Guna Indah Raya 2021

Tabel 2.

Data Jumlah Penumpang Garuda Indonesia Nabire Tahun 2021

No	Bulan	Total
1.	Januari	290 Orang
2.	Februari	244 Orang
3.	Maret	183 Orang
4.	April	251 Orang
5.	Mei	201 Orang
	Jumlah	1.169 Orang

Sumber :PT. Guna Indah Raya 2021 40

PEMBAHASAN

Tingkat Kepuasan Konsumen (Variabel Bebas) Produk

Tabel 3

Tanggapan Responden tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang Sesuai	30	34 %
3.	Tidak Sesuai	18	21 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 3 tentang produk berupa pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 40 orang (45 %), kategori jawaban kurang sesuai jawaban berjumlah 30 orang (34 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (21 %) 44

Tabel .4

Tanggapan Responden tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dapat di nikmati oleh pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang Sesuai	30	34 %
3.	Tidak Sesuai	18	20 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel .4 tentang cara agar produk pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dapat di nikmati oleh pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban Sesuai berjumlah 40 orang (45 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 30 orang (34 %) dan kategori jawaban Tidak Sesuai berjumlah 18 orang (20 %)

Biaya / Tarif

Tabel 5

Tanggapan Responden tentang biaya /tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia sesuai dengan pendapatan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	35	40 %
2.	Kurang Sesuai	35	40 %
3.	Tidak Sesuai	18	20 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 5 tentang yang biaya / tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia sesuai dengan pendapatan masyarakat dari 88 responden yang 45 menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 35 orang (40 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 35 orang (40 %) dan kategori jawaban tidak sesuai 18 orang (20 %)

Tabel 6

Tanggapan Responden tentang biaya / tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia dapat dengan mudah diperoleh oleh pelanggan dan masyarakat.

No	Kategori Jawaban	Frekwensi.	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang Sesuai	30	34 %
3.	Tidak Sesuai	18	21 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 6 tentang biaya / tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia dapat dengan mudah diperoleh oleh pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban Sesuai berjumlah 40 orang (45 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 30 orang (34 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (21 %)

Sarana Prasarana

Tabel 7

Tanggapan Responden tentang bentuk sarana / prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang Sesuai	30	34 %
3.	Tidak Sesuai	18	21 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 7 tentang bentuk sarana / prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 40 orang (45 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 30 orang (34%) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (21 %)

Tabel 8

Tanggapan Responden tentang Sarana / prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dapat membuat pelanggan dan masyarakat merasa puas

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	35	40 %
2.	Kurang Sesuai	35	40 %
3.	Tidak Sesuai	18	20 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 8 tentang Sarana / prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dapat membuat pelanggan dan masyarakat merasa puas dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 35 orang (40 47 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 35 orang (40 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (20 %)

Kualitas Pelayanan Jasa PT. Garuda Indonesia (Variabel Terikat) Reliability (kehandalan)

Tabel 9

Tanggapan Responden tentang pelanggan dan masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	35	40 %
2.	Kurang Sesuai	35	40 %
3.	Tidak Sesuai	18	20 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 9 tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas nyaman dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban Sesuai berjumlah 35 orang (40 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 35 orang (40 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (20 %)

Tabel 10

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia telah memberikan fungsi yang sudah sesuai dengan keinginan pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	35	40 %
2.	Kurang Sesuai	35	40 %
3.	Tidak Sesuai	18	20 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 10 tentang PT. Garuda Indonesia telah memberikan fungsi yang sudah sesuai dengan keinginan pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 35 orang (40%), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 35 orang (40 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (20 %)

Responsiveness (Daya Tanggap)

Tabel 11

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia telah melakukan daya tanggap yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang Sesuai	30	34 %
3.	Tidak Sesuai	18	21 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 11 tentang PT. Garuda Indonesia telah melakukan daya tanggap yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 40 orang (45 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 30 orang (34 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (21 %)

Tabel 12

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia telah memberikan pelayanan yang responsiveness yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	35	40 %
2.	Kurang sesuai	35	40 %
3.	Tidak sesuai	18	20 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 12 tentang PT. Garuda Indonesia telah memberikan pelayanan yang responsiveness yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban Sesuai berjumlah 35 orang (40%), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 35 orang (40 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (20 %) 50

Assurance (Jaminan)

Tabel 13

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan keselamatan kepada calon penumpang

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	8	9 %
2.	Kurang sesuai	10	11 %
3.	Tidak sesuai	70	80 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 13 tentang PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan keselamatan kepada calon penumpang dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 8 orang (9 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 10 orang (11%) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 70 orang (80 %)

Tabel 14

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan fasilitas yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat.

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang sesuai	30	34 %
3.	Tidak sesuai	18	21 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 14 tentang PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan fasilitas yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang 51 menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 40 orang (45 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 30 orang (34 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (21 %)

Empati**Tabel 15**

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia dapat memenuhi kebutuhan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	40	45 %
2.	Kurang sesuai	30	34 %
3.	Tidak sesuai	18	21 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 15 tentang PT. Garuda Indonesia dapat memenuhi kebutuhan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 40 orang (45%), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 30 orang (34 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 18 orang (21 %)

Tabel 16

Tanggapan Responden tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	50	57 %
2.	Kurang sesuai	25	28 %
3.	Tidak sesuai	13	15 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021 52

Tabel 16 tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 50 orang (57 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 25 orang (28 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 13 orang (15 %)

Tangibles (Layanan)**Tabel 17**

Tanggapan Responden tentang PT. Garuda Indonesia sudah memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	50	57 %
2.	Kurang sesuai	25	28 %
3.	Tidak sesuai	13	15 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 17 tentang PT. Garuda Indonesia sudah memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 50 orang (57 %), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 25 orang (28 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 13 orang (15%)

Tabel 18

Tanggapan Responden tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia

No	Kategori Jawaban	Frekwensi	Prosentase
1.	Sesuai	50	57 %
2.	Kurang sesuai	35	40 %
3.	Tidak sesuai	3	3 %
	Jumlah	88	100 %

Sumber Data : Hasil olahan data primer,2021

Tabel 18 tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas dan dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dari 88 responden yang menjawab pada kategori jawaban sesuai berjumlah 50 orang (57%), kategori jawaban kurang sesuai berjumlah 35 orang (40 %) dan kategori jawaban tidak sesuai berjumlah 3 orang (3 %)

Analisis Data

Tingkat Kepuasan Konsumen (Variabel Bebas) Produk

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 3 tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat, responden yang menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40 responden atau (45%). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat adalah sesuai. Hal ini 54 menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia sudah semaksimal mungkin memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 4 tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dapat di nikmati oleh pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban selalu adalah sebanyak 40 responden atau (45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pelayanan jasa yang diberikan oleh PT Garuda Indonesia dapat dinikmati oleh pelanggan dan masyarakat adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia selalu mengutamakan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan dan masyarakat.

Biaya / Tarif

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 5 tentang biaya / tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia sesuai dengan pendapatan masyarakat bahwa responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (40 %). dan kategori jawaban kurang sesuai sebanyak 35 responden (40 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa biaya / tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia sesuai dengan pendapatan masyarakat adalah kadang-kadang sesuai dan kadang-kadang kurang sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa 55 belum semua masyarakat dengan tingkat pendapatan yang berbeda dapat menjangkau biaya /tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia. Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 6 tentang biaya/ tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia dapat dengan mudah diperoleh oleh pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40 responden atau (45 %).

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa biaya / tarif tiket yang ditentukan oleh PT. Garuda Indonesia dapat dengan mudah diperoleh oleh pelanggan dan masyarakat adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan dan masyarakat kapan dan dimana saja dapat memperoleh pelayanan tiket dengan baik.

Sarana Prasarana

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 7 tentang bentuk sarana prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40 responden atau (45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa bentuk sarana prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat adalah sesuai Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia telah menyediakan fasilitas yang baik kepada pelanggan dan masyarakat. Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 8 tentang sarana prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia dapat membuat 56 pelanggan dan masyarakat merasa puas, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai sebanyak 35 responden atau (40 %) dan responden yang menjawab kurang sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (40 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa sarana prasarana yang berikan oleh PT. Garuda Indonesia kadang-kadang sesuai namun kadang-kadang juga kurang sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa semua fasilitas sarana prasarana yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia belum tentu semua dapat dinikmati dengan baik oleh pelanggan dan masyarakat.

Pelayanan Jasa PT. Garuda Indonesia (Variabel Terikat)

Reliability (Kehandalan)

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 9 tentang pelanggan dan masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (40 %) dan responden yang menjawab dominan pada kategori kurang sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (40 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat adasebagian pelanggan dan masyarakat merasa nyaman namun kadang ada juga pelanggan dan masyarakat yang merasa kurang nyaman dengan pelayanan jasa yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan dan masyarakat belum semua paham dan 57 mengerti tentang bentuk pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia.

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 10 tentang PT. Garuda Indonesia telah memberikan fungsi yang sudah sesuai dengan keinginan pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (39,77 %). Dan responden yang menjawab dominan pada kategori kurang sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (39,77%) Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa fungsi dari PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat ada sebagian yang sudah sesuai namun kadang masih ada juga yang kurang sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua pelanggan dan masyarakat merasakan fungsi yang diberikan oleh PT.

Garuda Indonesia.

Responsiveness (Daya Tanggap)

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 11 tentang PT. Garuda Indonesia telah melakukan daya tanggap yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40

responden atau (45,45 %) . Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa Daya Tanggap yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia selalu mau memberikan perhatian yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat. Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 12 tentang PT. Garuda Indonesia telah memberikan pelayanan yang responsiveness yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (39,77 %). dan responden yang menjawab dominan kurang sesuai adalah sebanyak 35 responden atau (39,77 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pelayanan yang responsiveness yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan masyarakat yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia adalah kadang sesuai namun terkadang juga kurang sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua pelanggan dan masyarakat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia.

Assurance (Jaminan)

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 13 tentang PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan keselamatan kepada calon penumpang, responden menjawab dominan pada kategori jawaban tidak sesuai adalah sebanyak 70 responden atau (79,55 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jaminan keselamatan kepada calon penumpang yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia adalah tidak sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan keselamatan penumpang pelayanan tidak terletak pada PT.Garuda Indonesia atau tangan manusia namun atas kepercayaan dan iman kepada Tuhan Yang Kuasa. erdasarkan hasil penyajian data pada tabel 14 tentang PT. Garuda Indonesia memberikan jaminan fasilitas yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40 responden atau (45,45%). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jaminan fasilitas yang terbaik yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia tetap mempertahankan kualitas penerbangan yang dimilikinya.

Empati

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 15 tentang PT. Garuda Indonesia dapat memenuhi kebutuhan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 40 responden atau (45,45 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dalam memenuhi kebutuhan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan dan masyarakat adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia selalu menunjukkan pelayanan jasa yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat. Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 16 tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 50 responden atau (56,82 %). Dengan 60 demikian dapat dijelaskan bahwa fasilitas yang diberikan PT. Garuda Indonesia kepada pelanggan dan masyarakat adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia lebih mengutamakan pelayanan yang terbaik agar pelanggan dan masyarakat dapat merasa puas dan nyaman.

Tangibles (Layanan)

Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 17 tentang PT. Garuda Indonesia sudah memberikan pelayanan jasa yang terbaik kepada pelanggan dan masyarakat, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 50 responden atau

(56,82 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dalam pelayanan jasa yang terbaik yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia selalu mengutamakan pelayanan jasa yang baik kepada pelanggan dan masyarakat. Berdasarkan hasil penyajian data pada tabel 18 tentang pelanggan dan masyarakat merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia, responden menjawab dominan pada kategori jawaban sesuai adalah sebanyak 50 responden atau (56,82 %). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa pelanggan dan masyarakat merasa puas 61 dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Garuda Indonesia adalah sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Garuda Indonesia .tetap menunjukkan kualitas pelayanan jasa yang sangat maksimal.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat membuat beberapa kesimpulan dari indikator-indikator yang digunakan sebagai berikut : PT. Garuda Indonesia semaksimal mungkin memberikan pelayanan jasa yang terbaik buat pelanggan dan masyarakat, dimana PT. Garuda Indonesia telah menyediakan fasilitas sarana prasarana yang cukup bagi pelanggan dan masyarakat serta selalu mempertahankan kualitas penerbangan yang terbaik bagi pelanggan dan Masyarakat. Pada pelayanan tiket PT. Garuda Indoneisa selalu memberikan kemudahan dan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan dan masyarakat.

Saran yang untuk mendapatkan minat dan daya beli dari konsumen terhadap Garuda Indonesia maka PT. Garuda Indonesia harus tetap mempertahankan kualitas pelayanan jasanya serta meningkatkan fungsi yang benar kepada pelanggan dan masyarakat maka PT. Garuda Indonesia harus terus melakukan pengenalan dan promosi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Usman, Manajemen Strategi Syariah, Teori, Konsep dan Aplikasi, Jakarta, Zikrul Hakim, 2015, h.20
- Achmad Sanusi, Filsafat Pendidikan Islam, Jakarta PT. Bumi Aksara, Cetakan Pertama
- Anwar Prabu Mangkunegara, 2009, Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia, Bandung, Penerbit Refika Aditama
- Atmawati, R dan M. Wahyuddin, 2007, Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen, Surakarta: Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS
- Cjiptono, Fandy, 2007, Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Andi Offset Yogyakarta
- Drs, H. Malayu Hasibuan, edisi revisi cetakan 2019, Manajemen Sumber Daya Manusia Hasibuan, Malayu, 1995, Manajemen Sumber Daya Manusia, Bumi Aksara ; Jakarta
- Handoko, T Hani, 1995, Manajemen, BPFE ; Yogyakarta
- Imam Ghozali, 2001, Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS, Semarang; Badan Penerbit UNDIPs

James J Spillane, 1996, Etika, Nilia-nilai dan Profesionalisme, Majalah Ilmiah Kependidikan

Jacob, DR Rudy dan Fajar Laksono, 2012, Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan, Surabaya:

Program Pasca Sarjana Universitas Jayabaya.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta

M. Iqbal Hasan, 2002, Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta

Nazir, Moh, 2005, Metode Penelitian, Ghalia Indonesia, Jakarta

Suparmoko, M, 1987, Metode Penelitian Praktis, BPFE, Jogjakarta

Siagian Sugiyono, 2004, Metode Penelitian, Bandung, Alfabeta

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta

Umar, Husein. 1997. Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 1, Tentang Perlindungan Konsumen