

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SHOPKEEPER TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DISTRO BABY BANDUNG

Ferien Marshela<sup>1)</sup> , Pipin Sukandi<sup>2)</sup>

ferienmarshela@gmail.com , pipin.sukandi@widyatama.ac.id

Fakultas Bisnis dan Manajemen

Universitas Widyatama

## ABSTRACT

*In this study the authors take the title "The Effect of Service Quality Satisfaction Level Of Baby Bones Distro Bandung". The purpose of the research by the author was to determine the response of consumers over the quality of service that has been done by the distros Baby Bones and how the quality of service response distributions Baby Bones the eyes of consumers, as well as determine the influence of the quality of service to visitor satisfaction conducted by distributions outlet of Baby Bones.*

*Quality of service is an aspect of the company that must be considered to determine how much satisfaction on the quality of visitors that have been provided by the company. Many things can be done in the company in maintaining quality of service, for example the company gives a sense of security and comfort to visitors when they visit his place of business, this can lead to satisfaction in the end.*

*This research was conducted in Bandung distributions outlet of Baby Bones. The purpose of this study was to analyze the effect caused by the variable quality of service to visitor satisfaction distributions outlet of Baby Bones Bandung. To achieve these objectives, the research conducted using a sample of 100 respondents. The sampling method conducted accidental sampling, where samples were made respondents in this study is the distribution outlet of Baby Bones visitors who met by chance at the time of this study. To measure and analyze the relationship between the two variables over the method used in this research is descriptive and well done Validity and Reliability Test, Spearman Rank Correlation Coefficient, Coefficient of Determination, and hypothesis testing.*

*From the results of research that consumer responses to service quality on distributions outler of Baby Bones is good, which is indicated by the aggregate value of 4.05, which means either because they are in the interval 3.40 to 4.19. Responder can be said about the visitors satisfaction both in the amount of 4.03 since being on the 3.40 to 4.19 interval relationship of service quality and satisfaction of visitors value of 0.799 was obtained which included a strong category. The magnitude of the effect of service quality on visitor satisfaction by 63.84%. This means that the quality of care affect visitor satisfaction by 63.84%. The results of hypothesis test results obtained  $t = 13.145 > 1.660$ . So rejected and accepted, this shows a positive effect on service quality visitor satisfaction. This means that there is a "positive influence between Service Quality Satisfaction Level Of Shopkeeper Distro Bandung Baby Bones.". Acceptable*

*Keyword : quality service, customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan akan gaya atau *style* berpakaian bukan hanya menjadi sekedar kebutuhan sendiri tetapi kepada gaya atau *lifestyle* hidup remaja di kota Bandung. Dimana pada sejumlah distro yang berada di kota Bandung, kebutuhan akan berpakaian lebih meningkat. Hal ini dapat dilihat dengan jumlah pengunjung wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang mengunjungi beberapa *distro* di kota Bandung.

Semakin menyebarnya *distro* di kota Bandung, dapat dikatakan menarik karena ragam produk yang ditawarkan *distro* menarik para pengunjung wisatawan khususnya di dalam wisata berbelanja. Contohnya banyak wisatawan baik domestik maupun mancanegara banyak tertarik dengan produk di kota Bandung termasuk pakaian yang mereka bilang harga relatif murah dengan kualitas yang baik. Tawaran yang diberikan distro yaitu barang impor contohnya pakaian, dompet, celana dan sebagainya dengan harga murah dan kualitas yang baik mempengaruhi minat konsumen untuk mengunjungi dan melihat-lihat barang apa saja yang ada di dalamnya. Dapat terlihat keramaian dari distro itu biasanya dikunjungi dalam akhir pekan dan hari libur lainnya. Dilihat dari pengunjung yang mengunjungi ke beberapa *factory outlet* di kota Bandung, *factory outlet* di Bandung lebih banyak dikunjungi oleh remaja masa kini khususnya kaum wanita. *Distro* yang berada di kota Bandung pun tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan nusantara dalam negeri saja, tetapi wisatawan mancanegara pun banyak tertarik minat dalam hal mengunjungi dan berbelanja di dalamnya.

Berikut adalah data angka jumlah wisatawan yang berwisata di kota Bandung berdasarkan data dari Dinas Pariwisata kota Bandung 2009 s/d 2011:

**TABEL 1**

**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata di Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Wisatawan Mancanegara</b>	<b>Wisatawan Domestik</b>	<b>Jumlah</b>
<b>2009</b>	25.071	1.376.589	1.401.660
<b>2010</b>	34.375	1.859.843	1.894.218
<b>2011</b>	142.575	3.774.815	3.917.300

(Sumber : Kantor Badan Pusat Statistik jalan Suci kota Bandung)

Tabel diatas menjelaskan, bahwa wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara ke kota Bandung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal tersebut dapat menjadi tolak ukur, bahwa kota Bandung mempunyai daya tarik untuk dinikmati para wisatawan. Bandung merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang memiliki daya tarik, meliputi : pegunungan, kawah, gua, seni budaya, sejarah, museum dan khususnya mengunjungi beberapa *distro* maupun *factory outlet* di kota Bandung. Sehingga banyak para wisatawan baik domestik dan mancanegara ingin melakukan kunjungan ke kota Bandung dan dapat dilihat dari aktivitas turis seperti berbelanja, wisata kuliner dan sebagainya. Hal ini menjadi fenomena, pembukuan suatu *distro* yang gencar dengan promosi besar-besaran dan di imbangi

dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gejala konsumen berkunjung ke *distro*, apakah merupakan gejala sementara atau sudah menjadi kebiasaan tetap konsumen dan mengetahui sikap konsumen terhadap *factory outlet*. Karena luasnya penelitian dan objek penelitian, maka peneliti melakukan pembatasan obyek yang diteliti adalah *factory outlet* yang terletak di daerah Bandung tengah meliputi Herriage, Cascade, maupun *distro* yang ada di sekitar jalan Sultan Agung dan Trunojoyo Bandung khususnya *distro* Baby Bones.

**TABEL 2**

**Data Perkembangan Jumlah Perusahaan Industri Pakaian Sedang dan Besar**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>
2009	94 Unit
2010	128 Unit
2011	192 Unit

(Sumber : Kantor BPS Kota Bandung)

*Distribution Outlet (distro)* ini merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang garment yang mayoritas banyak dikelola oleh anak muda. *Distribution Outlet (distro)* adalah istilah yang dibuat oleh para pendirinya untuk membedakan usaha garment lainnya seperti *Factory Outlet (fo)*, karena pada *distro*, pakaian dibuat dengan sistem *limited edition* (jumlah terbatas) untuk menjaga keistimewaan. Pada awal muncul dan terbentuknya *distro* ini adalah ide para anak muda untuk membuat pakaian yang ditujukan untuk para peminat olahraga *skate boarding* dan *surfer* ini hanya dapat diperoleh dan barang impor yang harganya mahal seperti Billabong, Rusty, dan lain-lainnya, jadi ide tersebut datang untuk membuat pakaian dengan ciri khas komunitas tersebut dengan harga relatif terjangkau, tetapi dalam perkembangan pakaian ini juga banyak dikonsumsi oleh para remaja yang menyukai desain unik.

Bandung yang dikenal sebagai pemimpin dalam dunia kreatif mode di Indonesia pada saat ini melahirkan inovasi baru dengan membuat toko-toko yang dikenal dengan nama *distro* atau *clothing*.

Pada awalnya, pemikiran untuk memproduksi baju dengan merek lokal timbul dari suatu komunitas yang ada di kota Bandung, dengan mengeluarkan ide-ide mereka supaya produk yang ada berbeda dari produk yang lainnya terutama apabila barang yang diproduksi itu termasuk barang yang jumlahnya terbatas. Menyadari ide dan peluang yang timbul untuk menjual produk yang dihasilkan, produk ini mulai dipasarkan ke konsumen lain walaupun jumlahnya tetap terbatas agar tidak menjadi pasaran.

Perusahaan yang bergerak di bidang industri pakaian seperti halnya *distro*, banyak menawarkan berbagai kebutuhan trend anak muda seperti *t-shirt*, kemeja, jaket, sweater, topi, sandal, sabuk dan merchandise lainnya dengan mengedepankan keunikan dan ciri khas tersendiri dan selalu terkini dengan mengikuti perubahan trend anak muda dan sampai saat ini cukup banyak konsumen yang berkunjung ke *distro* yang ada di kota Bandung.

Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mengakibatkan banyak kerugian. Dari survey yang dilakukan **Technical Assistance Research Program (TARP)** di

Washington D.C., yang disadur oleh Rambat **Lupiyoadi (2001;VII)** dalam bukunya yang berjudul **Manajemen Pemasaran Jasa**, diperoleh beberapa temuan berikut :

- Pelanggan yang kecewa terhadap pelayanan perusahaan 96% nya akan diam dan beralih kepada perusahaan lain, sedangkan 4% nya akan mengajukan keluhan (*complaint*). Ini berarti jika ada satu pelanggan yang mengajukan keluhan sebenarnya ada 24 pelanggan lain juga kecewa terhadap pelayanan yang diterima namun diam saja dan kemudian berpindah ke pesaing.
- Diperlukan biaya sebesar lima kali lipat untuk memperoleh satu pelanggan baru (*new customer*) dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada (*existing customer*). Ini berarti biaya mempertahankan pelanggan yang salah satunya dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas jauh lebih murah daripada biaya untuk mencari pelanggan baru.
- Pelanggan yang kecewa umumnya akan menceritakan ketidakpuasan mereka kepada sekitar 15 orang, sedangkan pelanggan yang terpuaskan akan menceritakan pengalaman tersebut paling banyak sekitar 5 orang. Ini berarti jika ada satu pelanggan kecewa kemungkinan akan ada 15 orang baik pelanggan ataupun calon pelanggan yang mengetahui ketidakpuasan tersebut sehingga dapat menyebabkan pelanggan tersebut berpindah kepada pesaing atau calon pelanggan tersebut mempertimbangkan ulang untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan perusahaan.

### **Identifikasi Masalah**

Perlu diadakan perumusan ruang lingkup permasalahannya. Dalam hal ini penulis merumuskan pada masalah-masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada *distro* baby bones dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *distro* baby bones di kota Bandung
2. Bagaimana kepuasan pengunjung *distro* baby bones dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *distro* baby bones di kota Bandung
3. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan *shopkeeper* baby bones terhadap kepuasan pada pengunjung *distro* baby bones di kota Bandung

### **Tujuan Penelitian**

Berikut adalah tujuan peneliti dalam memperoleh hasil temuan seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pengunjung *distro* baby bones di Bandung :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada *distro* baby bones dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *distro* baby bones di kota Bandung
2. Untuk mengetahui kepuasan pengunjung *distro* baby bones dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *distro* baby bones di kota Bandung
3. Untuk mengetahui besar pengaruh pengaruh kualitas pelayanan *shopkeeper* baby bones terhadap kepuasan pada pengunjung *distro* baby bones di kota Bandung

## Rangkuman Kajian Teoritik

Perubahan yang pesat dalam teknologi informasi dan telekomunikasi membuat dunia menjadi desa yang besar (*the great village*). Berbagai perkembangan dan kemajuan yang terjadi di belahan dunia yang lain dapat dengan cepat diketahui dan diimplementasikan di belahan dunia lainnya. Salah satu dampak perubahan ini terhadap dunia bisnis adalah meningkatnya skala persaingan, dimana persaingan yang terjadi bukan saja antar perusahaan dalam suatu wilayah atau negara namun juga antar negara.

Selain meningkatnya skala persaingan, perubahan di atas juga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (*competitive advantage*) suatu perusahaan yang didasarkan pada unjuk kerja (*performance*) dan kualitas produk yang ditawarkan. Keunggulan tersebut dengan mudah dapat ditiru bahkan dikembangkan lebih lanjut oleh pesaing sehingga menghasilkan unjuk kerja dan kualitas yang lebih baik dari sebelumnya.

Dengan memperhatikan kenyataan di atas, perusahaan kemudian berupaya menciptakan suatu keunggulan bersaing yang tidak mudah ditiru. Keunggulan tersebut adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kemampuan ini perusahaan berharap untuk mendapatkan pelanggan yang terpuaskan (*satisfied customer*) sehingga pelanggan tersebut akan *loyal* terhadap perusahaan. *Loyalitas* pelanggan pada gilir selanjutnya akan berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (*profit*) dimana dalam jangka panjang berarti berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Lovelock & Wirtx (2011:74) ***Kepuasan adalah suatu sikap yang dipusatkan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.*** Sedangkan menurut Oliver (1992) sebagaimana dikutip Tjiptono & Chandra (2011:94) ***kepuasan adalah fenomena rangkuman atribut bersama-sama dengan emosi konsumsi lainnya.***

Kepuasan pada dasarnya merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika pelanggan menganggap kinerja produk atau layanan dibawah harapannya maka pelanggan tidak puas. Jika sesuai dengan harapan pelanggan akan puas. Jika melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kesan timbul pada saat dan setelah pelanggan menggunakan atau mengkonsumsi produk ataupun layanan yang ditawarkan perusahaan. Pembentukan harapan pelanggan dipengaruhi beberapa faktor berikut : pengalaman pembelian sebelumnya, nasihat teman atau kolega, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya.

Zeithamlh, Berry dan Parasuraman dalam jurnal berjudul **Serqual : A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality** yang disadur oleh Rambut Lupiyoadi (2001:148) dalam bukunya Manajemen Pemasaran Jasa, mengungkapkan :

**Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah perbandingan antara persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan / diinginkan (*expected service*).**

Menurut **Kotler and Keller (2008;56)**. Terdapat lima faktor utama yang menentukan kualitas jasa :

**1. *Realibility* (Keandalan)**

Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti memeberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga, perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

**2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)**

Yaitu kemampuan atau kesiapan para karyawan untuk memebrikan jasanya seusai dengan jadwal yang disepakati.

**3. *Tangible* (Berwujud)**

Bukti fisik dari jasa yang bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa.

**4. *Assurance* (Kepastian)**

Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

**5. *Empathy* (Empati)**

Yaitu kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan berupa kemudahan komunikasi dan pemahaman kebutuhan pelanggan.

Baik tidaknya kualitas pelayanan pada *distro* tergantung pada tingkat respon yang diperoleh dari pengunjung, respon utama adalah melakukan transaksi yang ditawarkan oleh suatu distrim kemudian kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung yang nantinya akan menciptakan kepuasan para pengunjung.

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas. Sedangkan, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dikatakan tidak berkualitas. Dan apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan maka layanan disebut memuaskan. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau diperoleh. Harapan pelanggan atas layanan yang diterima terbentuk berdasarkan informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebuthan pribadi, pengalaman dimasa lampau, dan komunikasi eksternal.

Bagi perusahaan yang beregerak dalam bidang bisnis barang, pelayanan yang ebrkualitas merupakan salah satu faktor pendukung untuk mencapai keberhasilan perusahaan, namutersebut merupakan salah satu faktor utama yang menentukan kebrhasilan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis produk adalah *distro*. Dalam bisnis ini inovasi untuk menghasilkan berbagai pelayanan dilakukan dalam lingkupan pengaturan (*regulasi*) yang ketat sehingga layanan dari *shopkeeper* pada dasarnya hampir sama dan mudah ditiru. Keunggulan bersaing di bisnis ini terutama berasal dari kemampuan pengelola *distro* untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara memuaskan dengan menggunakan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan untuk bisnis *distro* ini menggunakan pula *E-Commerce* dimana era perkembangan zaman yang semakin maju pesat, pemakaian jasa internet pun lebih memudahkan pengelola *distro* dalam memperkenalkan produknya ke masyarakat melalui website, facebook, twitter, dan sosial media lainnya. Dengan pelayanan yang baik dan terlatih

sebelumnya untuk para shopkeeper yang ada di distro tersebut yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjunnya.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Deskriptif, menurut **Nazir (2005:54)** dalam bukunya Metode Penelitian adalah :

**”Metode Penelitian Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.”**

Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Metode deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu serta menggambarkan hubungan antara variabel.

### Populasi dan Sampel

Dalam pengumpulan data primer dengan menggunakan metode deskriptif perlu diambil sampel dari populasi. Mengenai jumlah sampel yang akan diambil, penulis mengutip pendapat dari **Singarimbun dan Effendi (2007 : 155)** yaitu :

**“ Jumlah sampel minimal yang harus diambil untuk penelitian yang menggunakan teknik analisa korelasi adalah tidak kurang dari 10 % “.**

Metode ini menerangkan bahwa semua elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama, bebas dan seimbang untuk dipilih menjadi sampel.

Menurut **Singarimbun (2007 : 171)** menyatakan bahwa :

**“ Bilamana analisa yang dipakai adalah teknik korelasi, maka sampel yang harus diambil minimal 30 sampel, dengan mempertimbangkan jumlah minimal sampel, sah atau tidaknya kuesioner, serta keterbatasan waktu dan biaya”.**

Pengumpulan data primer dengan menggunakan metode deskriptif perlu diambil *sample* dari populasi yang ada. Menurut **sugiono (2010:115)** mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung pada *distro* Baby Bones Bandung.

Sedangkan pengertian sampel itu sendiri menurut **Sugiyono (2010:116)** adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut. Sampel merupakan bagian terkecil dari suatu populasi (**Umar,2008:107**).

Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah pengunjung pada *distro* Baby Bones Bandung. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah sebagian pengunjung *distro* Baby Bones Bandung yang dapat mewakili populasi.

Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan sampling yaitu *non probability* sampling dengan teknik sampling aksidental, menurut **Sugiyono (2008:207)** dalam bukunya “Metode Penelitian Bisnis” menyatakan teknik sampling aksidental adalah sebagai berikut :

**“Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.**

Pengertian pengambilan sampel menurut **Sekaran (2011:123)** adalah sebagai berikut:

**“Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi”.**

Dalam menentukan sample, penulis menggunakan teknik *sampling* yaitu non *propability sampling* dengan teknik sampling aksidental, Menurut **Simamora (2004 ; 207)** menyatakan teknik sampling aksidental adalah sebagai berikut:

**”Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dimana peneliti langsung mengumpulkan data unit sampel yang ditemui”.**

Dalam pengumpulan data primer dengan menggunakan deskriptif dan analisis korelasi maka perlu diambil sampel dan populasi. Populasinya yaitu konsumen dari *distro* Baby Bones karakteristik usia 20 - 50 tahun dan sebagian besar pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta populasinya terdiri dari Pria dan wanita. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan langsung oleh peneliti dilapangan sehingga dapat memperoleh responden yang sesuai dengan karakteristik yang peneliti butuhkan.

Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, hal ini di dasari pendapat, **Singarimbun (1995;171)** menyatakan bahwa:

**”Bilamana analisa yang dipakai adalah teknik korelasi maka sampel yang harus diambil minimal 30 sampel”.**

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data diperoleh dengan cara :

1. Penelitian kepustakaan (***Research Library***)

Pengumpulan data sekunder yang diperoleh dengan cara membaca literatur-literatur wajib, catatan kuliah, media cetak maupun internet yang memiliki hubungan dengan masalah yang akan dibahas

2. Penelitian Lapangan (***Field Research***)

Yaitu mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan, yang dilakukan dengan teknik sebagai berikut :

Penelitian lapangan yang dilakukan secara langsung ke konsumen yang dipilih sebagai objek penelitian untuk mengumpulkan data primer dengan cara mengadakan :

Kuisisioner secara tertutup

Yaitu suatu lembar dengan isian berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Kuisisioner tersebut diberikan pada pengunjung distro berupa pertanyaan pilihan (*multiple choice*).

## Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007:31) definisi variabel adalah :

“Variabel sebagai suatu atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.”

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas ( Variabel *Independent*)

Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

2. Variabel Terikat (Variabel *Dependent*)

Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung.

Adapun operasionalisasi variabel yang digunakan dapat dilihat pada tabel

## Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3**  
**Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan**

Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen : Kualitas Jasa (X)	Kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang konsumen terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan  <b>LovelockWright (2007;96)</b>	<b>Tangibles</b> (Bukti Langsung)	1. Peralatan yang mendukung 2. Fasilitas yang mendukung (tempat parkir, tv, dan bacaan)	Ordinal
		<b>Empaty</b> (Perhatian)	1. Tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen 2. Secara khusus memberikan perhatian kepada setiap konsumen 3. Berkomunikasi yang baik dengan konsumen	Ordinal
		<b>Realibility</b> (Kehandalan)	1. Janji yang ditawarkan sesuai 2. Tidak membedakan pemberian	Ordinal

			<p>pelayanan</p> <p>3. Pemberian hadiah kepada konsumen yang bernilai</p>	
		<b>Responsiveness</b> (Daya Tangap)	<p>1. Tanggap melalui telepon</p> <p>2. Kesigapan karyawan dalam menyelesaikan masalah</p> <p>3. Pemberian hadiah kepada konsumen yang bernilai</p>	Ordinal
		<b>Assurance</b> (Jaminan)	<p>1. Karyawan dalam melayani konsumen dengan kesopanan</p> <p>2. Memberikan rasa aman yang dapat dipercaya</p> <p>3. Para karyawan yang handal</p>	Ordinal

**Tabel 4**  
**Operasionalisasi Variabel Kepuasan**

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Variabel Dependent : Kepuasan Pengunjung (Y)	<p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) terhadap kepuasan yang dibentuk</p> <p><b>Kotler (2007;177)</b></p>	<b>a. Sistem keluhan dan saran</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tersedianya kotak saran dalam menanggapi konsumen</li> <li>• Tersediannya kartu komentar yang bisa di isi sebagai keluhan konsumen</li> <li>• Menyediakan saluran telepon khusus untuk</li> </ul>	Ordinal

			menanggapi konsumen	
		<b>b. Survei Periodik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan memberikan perhatian khusus untuk setiap konsumen</li> <li>• Perusahaan menanggapi langsung bagi konsumen dalam setiap keluhan</li> <li>• Tersedianya jaminan untuk menanggulangi keluhan kepada setiap konsumen</li> </ul>	Ordinal
		<b>c. Pembeli Misterius</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan akan melakukan uji banding terhadap perusahaan lainnya khususnya keluhan pada setiap konsumen</li> </ul>	Ordinal

### Pengujian Instrumen

Kuesioner merupakan penjabaran dari indikator variabel yang digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Sebelum kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan, terlebih dahulu harus diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

**Sugiyono (2003 : 114)** dan **Singarimbun (2005 : 124-140)** mengemukakan bahwa :

**”Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang hendak diukur. Sedangkan reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya dan diandalkan.”**

Oleh karena itu, setelah instrumen itu valid dan reliabel, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan.

## Pengujian Validitas

Sebelum kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan, terlebih dahulu harus diuji validitasnya kepada responden dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* (Singarimbun, 1995 : 137), sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subyek tiap item

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

N = Jumlah responden

**Koefisien validitas dianggap Valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$**

## Pengujian Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk pengujian reliabilitas pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik *test re-test*.

Sugiyono (2003 : 120) mengemukakan bahwa :

**”Test re-test yaitu pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan cara percobaan instrumen dua kali kepada responden yang sama dengan waktu yang berbeda.**

Sugiyono (2003;122) mengemukakan bahwa :

**”Pengujian reliabilitas instrumen secara internal dapat dilakukan dengan menggunakan teknik belah dua (*split half*) yaitu pengujian reliabilitas internal yang dilakukan dengan membelah item-item instrumen menjadi dua kelompok (ganjil dan genap), kemudian ditotal, dicari korelasinya, dan kemudian dianalisis dengan rumus koefisien Spearman Brown.”**

Adapun rumus koefisien Spearman Brown adalah sebagai berikut :

$$r_j = \frac{2.r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

$r_j$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *product moment* antara belahan ganjil dan genap

**Koefisien Reliabilitas dianggap reliabel jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$**

## Metode Analisis

Setelah penulis memperoleh data, data tersebut kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif.

### 1. Analisis Kualitatif

Dimana data yang dapat dianalisis secara dekriptif, yaitu dengan menemukan fakta-fakta dari pengumpulan data yang cukup diperoleh selama penelitian, untuk selanjutnya dianalisis dan diproses lebih lanjut berdasarkan teori-teori yang ada.

### 2. Analisis Kuantitatif

Merupakan metode untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dan data yang diperoleh melalui uji statistik. Lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung.

Teori statistik yang akan digunakan dalam pengujian uji hipotesis adalah *statistic nonparametic*, yaitu teori yang sangat sesuai dengan rata-rata yang berhubungan dengan ilmu sosial dan dalam perhitungan yang sederhana, serta dapat digunakan untuk skor eksak, dalam arti bahwa simbol yang serupa angka hanya menunjukkan jenjang atau rank. Angket atau kuesioner yang diajukan kepada responden adalah pernyataan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

Setiap jawaban responden mempunyai skor tertentu berdasarkan skala likert. Dimana skor terendah diberi nilai 1 (satu) untuk jawaban negatif dan skor tertinggi diberi nilai 5 (lima) untuk jawaban positif, adapun urutan jawaban yang akan dicantumkan dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 5**  
**Pembobotan Skala Likert**

No	Keterangan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

## Koefisien Korelasi *Rank Spearman*

Koefisien korelasi adalah ukuran yang dipakai untuk menentukan kekuatan korelasi dan arah antara variabel-variabel.

Rumus koefisien korelasi *Rank Spearman* adalah sebagai berikut :

$$rs = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n di^2}{n^2 - n}$$

Dimana :

rs = *Rank Spearman*

$\sum di^2$  = jumlah hasil pengurangan antara ranking yang terdapat pada variabel X dan variabel Y

n = jumlah responden

Apabila terdapat banyak data variabel yang memiliki rank sama, rumus *Spearman* perlu mendapat perubahan. Rumus koefisien *Rank Spearman* yang telah dimodifikasi sebenarnya bertujuan untuk mengurangi dampak jumlah data variabel yang sama terdapat hasil hitung  $r_s$  dimana rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana :

$$\sum x^2 = \frac{n^2 - n}{12} - \sum Tx \qquad \sum y^2 = \frac{n^2 - n}{12} - \sum Ty$$

Besarnya T di dalam perumusan di atas merupakan faktor koreksi bagi tiap kelompok yang sama dan dirumuskan sebagai berikut :

$$Tx = Ty = \frac{t^2 - t}{12}$$

Dimana :

t = banyaknya observasi yang berangka sama pada suatu ranking tertentu

Nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* menurut Kendall seharusnya terletak antara -1 dan +1 atau keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y dinyatakan dengan nilai  $-1 \leq r_s \leq +1$

Tanda (-) menunjukkan hubungan berlawanan arah, dan tanda (+) menunjukkan searah.

Apabila :

- $R_s = +1$  atau mendekati +1, ada hubungan yang erat antara variabel X dan variabel Y dan hubungan searah.
- $R_s = 0$  atau mendekati 0, hubungannya lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.
- $R_s = -1$  atau mendekati -1, hubungan kuat antara variabel X dan variabel Y, tetapi hubungannya berlawanan.

## Metode Analisis Data

Menurut sifat data yang diperoleh, data dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu :

### 1. Data kualitatif

Yaitu data yang disajikan dalam bentuk bukan angka/non numerik. Data ini dijabarkan untuk mendukung penelitian sehingga dapat menyatakan kebenaran.

### 2. Data kuantitatif

Yaitu data yang disajikan dalam bentuk angka/numerik yang dapat menjawab hipotesis yang digunakan.

Data yang terkumpul kemudian diproses dan dianalisis. Analisis itu sendiri dapat dibagi dua cara yaitu ;

#### 1) Analisis secara kualitatif

Yaitu dengan cara mendeskriptifkan jawaban responden.

## 2) Analisis secara kuantitatif

Yaitu dengan menggunakan alat bantu statistik sehingga mempermudah penafsiran data-data yang telah diperoleh.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil maka dapat berpedoman pada ketentuan menurut **Sugiyono (2003 : 216)**, yang tertera pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 6**  
**Skala Koefisien Korelasi**

Koefisien Korelasi	Koefisien Korelasi	Tafsirannya
0,00 - 0,199	+ dan -	Hubungan sangat lemah
0,20 – 0,399	+ dan -	Hubungan yang lemah
0,40 – 0,599	+ dan -	Hubungan yang cukup kuat
0,60 – 0,799	+ dan -	Hubungan yang kuat
0,80 – 1,000	+ dan -	Hubungan yang sangat kuat

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, maka digunakan model statistik uji untuk menguji signifikansi (tingkat keberartian) antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (kepuasan pengunjung), dengan rumus statistik uji t.

- $H_0 : r_s \leq 0$ , yaitu kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.
- $H_a : r_s > 0$ , yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Pengujian hipotesa ini menggunakan model statistik uji t, dengan rumus sebagai berikut

$$t = rs \sqrt{\frac{n - 2}{1 - rs^2}}$$

Dimana :

t = distribusi *t*

$r_s$  = koefisien korelasi

n = jumlah data

Untuk menentukan apakah  $H_0$  ditolak atau diterima yaitu dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

Kriteria pengujian :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Dalam menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, maka harus dicari nilai dari tabel dengan menggunakan *degree of freedom* (df) atau derajat kebebasan. Rumus derajat kebebasan tersebut adalah :

$$df = n - (k + 1)$$

Tingkat kekeliruan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5% (0,05).

Dimana :  $n$  = Jumlah data responden

$k$  = Variabel independent

1 = Variabel dependent

### Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung digunakan analisis koefisien determinasi.

Rumus :

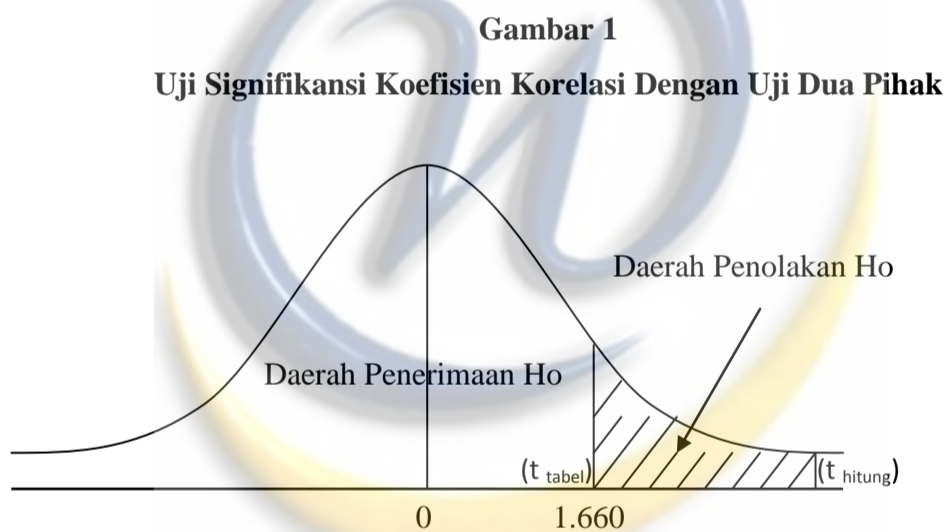
$$Kd = (rs)^2 \times 100\%$$

Dimana :

$Kd$  = Koefisien determinasi

$(rs)^2$  = Koefisiensi korelasi *Rank Spearman*

Ukuran tersebut tidak lain adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentasi (%). Untuk lebih jelasnya, pengujian hipotesisnya akan disajikan dalam gambar berikut ini :



Apabila  $H_0$  diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen dan sebaliknya Apabila  $H_0$  ditolak, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan shopkeeper terhadap kepuasan pengunjung pada distro Baby Bones Bandung perlu dilakukan uji korelasi (hubungan). Analisis korelasi digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

**Tabel 7**  
**Korelasi Rank Spearman**

**Correlations**

			kualitaspel ayanan	kepuasanp engunjung
Spearman's rho  (X)	Kualitaspelayan	Correlation	1.000	.799**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
Kepuasanpengu njung (Y)	Kualitaspel	Correlation	.799**	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi Rank Spearman, maka  $r_s$  sebesar 0.799 atau 7.99% kuat, karena nilai  $r_s$  berada diantara 0.600-0.7999 maka hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung pada *distro* Baby Bones dapat dikatakan kuat dan searah seperti yang tersaji dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 8**  
**Interprestasi Koefisien Korelasi**

<i>Interval Koefisien</i>	<i>Tingkat Hubungan</i>
0.000-0.199	Sangat Lemah
0.200-0.399	Lemah
0.400-0.599	Cukup Kuat
0.600-0.799	Kuat
0.800-1.000	Sangat Kuat

(Sumber : Riduwan, dasar-dasar stastistika 2003:288)

**Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dalam bentuk persentase, maka digunakan perhitungan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Kd &= r_s^2 \times 100\% \\
 &= (0.799)^2 \times 100\% \\
 &= 63.84\%
 \end{aligned}$$

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung adalah sebesar 63.84% dan sisanya 36.16% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

## Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan uji satu t satu pihak dengan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : r_s \leq 0$ , Artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan shopkeeper terhadap kepuasan pengunjung pada distro Baby Bones Bandung.

$H_a : r_s > 0$ , Artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan shopkeeper terhadap kepuasan pengunjung pada distro Baby Bones Bandung.

Kemudian, hasil  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  yang kriterianya adalah sebagai berikut :

- Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  : Terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$  berarti tidak ada pengaruh antara kedua variabel.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  : Terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$  berarti ada pengaruh antara kedua variabel.

➤ Degree of freedom atau derajat kebebasan yang digunakan adalah :

$$Df = n - (k+1)$$

$$Df = 100 - (1+1)$$

$$= 100-2 = 98$$

Untuk menentukan nilai  $t_{hitung}$  digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$$

$$t = 0.799 \sqrt{\frac{100-2}{1-0.799^2}}$$

$$t = 13.145$$

$$T \text{ tabel} = (\alpha ; df)$$

$$= (0.05 ; 98)$$

$$= 1.660$$

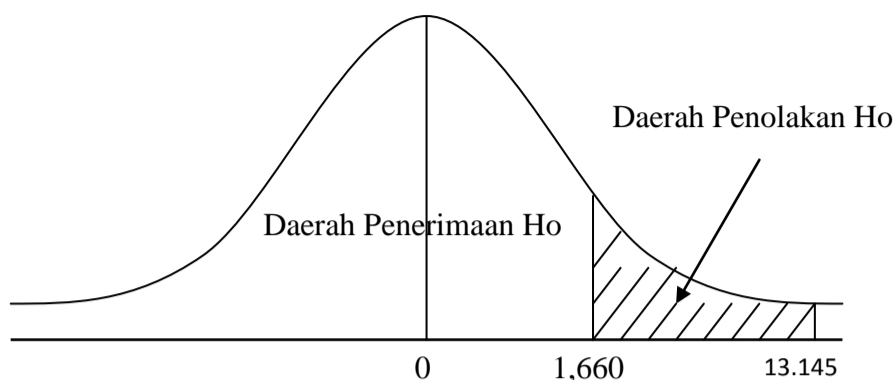
Dari perhitungan di atas diperoleh

$$t_{hitung} = 13.145$$

$$t_{tabel} = 1.660$$

Berdasarkan perhitungan di atas, menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu ( $13.145 > 1.660$ ). Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Bahwa hipotesis diterima, maka teori-teori yang digunakan sebagai kerangka pemikiran adalah relevan dengan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan dengan hal ini penulis percaya akan fakta-fakta tersebut sebesar 95%. Untuk memperjelas pengujian hipotesis ini, maka akan disajikan dalam gambar yaitu :

**Gambar 2**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  dalam Pengujian Hipotesis**



### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan melalui analisa data statistik dari kuesioner yang disebarakan, observasi dan wawancara maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kebijakan kualitas pelayanan pada *distro* Baby Bones Bandung, yaitu :
  - a. Daya tanggap (*Responsiveness*), meliputi : shopkeeper mudah menerima dan memberi solusi terhadap keluhan pengunjung.
  - b. Jaminan (*Assurance*), meliputi : memberikan keamanan dan kenyamanan kepada pengunjung.
  - c. Empati (*Emphaty*), meliputi : komunikasi yang baik dan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan pengunjung.
  - d. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi : lokasi *distro* strategis dan mudah ditemukan pengunjung, fasilitas parkir yang memadai sehingga dapat membuat pengunjung merasa nyaman.
  - e. Keandalan (*Reliability*), meliputi : fokus dan melayani pengunjung dengan sesuai dengan apa yang diharapkan pengunjung.
2. Tanggapan pengunjung mengenai kualitas pelayanan dari *shopkeeper distro* Baby Bones Bandung berdasarkan hasil rata-rata yaitu 4.05 artinya kualitas pelayanan yang dilaksanakan pada *distro* Baby Bones Bandung dinilai baik, karena nilai rata-rata berdasarkan pernyataan sebesar 4.05 berada pada interval 3.40-4.19.
3. Tingkat kepuasan pengunjung *distro* Baby Bones Bandung sebesar 4.03 artinya kepuasan pengunjung *distro* Baby Bones Bandung dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata keseluruhan pernyataan sebesar 4.03 berada pada interval 3.40-4.19.
4. Pengaruh kualitas pelayanan *shopkeeper* terhadap kepuasan pengunjung *distro* Baby Bones Bandung berdasarkan hasil perhitungan korelasi *spearman*, diperoleh nilai  $r_s$  sebesar 0.799, maka hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dapat dikatakan kuat, besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dengan menggunakan koefisien determinasi adalah sebesar 63.84% dan sisanya 36.16% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji hipotesis  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $13.145 > 1.660$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Sedangkan saran yang mungkin sekiranya bermanfaat bagi perusahaan, adalah :

1. Meskipun sebagian besar dari responden merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, namun masih banyak hal yang cukup rendah, pada sector-sektor tersebut dapat dilakukan beberapa perbaikan untuk lebih meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Fasilitas parkir *distro* Baby Bones yang kurang memadai diakibatkan lokasi *distro* Baby Bones yang masih satu lingkungan dengan *distro* pesaing, sehingga lahan parkir pun terbatas dan perlu dibenahi misalnya dengan penataan tata letak parkir yang lebih baik dan terutama rapih sehingga pengunjung merasa nyaman.
3. Pihak *distro* Baby Bones dapat memberikan hal yang berkesan bagi para pengunjung agar senantiasa mengingatkan mereka kepada perusahaan misalnya dengan pemberian *souvenir-souvenir* (contoh : stiker) yang lebih bervariasi lagi sehingga para pengunjung pun merasa lebih puas dan senang atas pemberiannya tersebut sehingga pengunjung yang telah berkunjung bersedia menceritakan kelebihan *distro* Baby Bones dari *distro* pesaing.



## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono (2004), *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong (2008), *Prinsip- Prinsip Pemasaran* .Edisi 12. Jilid .Jakarta: Erlangga
- Kotler (2007), *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Keenam.Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moh. Nazir (2003), *Metode Penelitian*, cetakan Kelima ,Jakarta.Ghalia Indonesia.
- Moh. Nazir (2007), *Methode Penelitian*, Jakarta .Ghalia Indonesia.
- Shimp, Terence A., (2000), *Advertising, Promotion, Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communications*, Edisi kelima,Orlando ; Harcourt College Publisher.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, CV Alfabeta.
- Rossiter, Jhon R., Larry Percy (1998), *Advertising Communication and Promotion Management*,Edisi Kedua,Singapura ; Mcgraw-Hill.
- Uma, Sekaran (2006) *Research Methods for Business*, Jakarta, Salemba Empat.

Sumber lain:

Biro Pusat Statistik Bandung

