Strategi Harga Dan Deferensiasi Layanan Terhadap Kepuasan Jemaah Travel Umroh
PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung

Oleh :

Ofik Taufikullah Ahmad

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasaan jemaah travel umroh di PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif - verifikatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sampling. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis korelasi pearson, analisis koefisien determinasi dengan uji hipotesis menggunakan Uji-T dan Uji-F dengan menggunakan software SPSS 17.0.Hasil penelitian yang diperoleh dengan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut : Kepuasaan jemaah = 1.474 + 0.325*(Strategi harga) + 0.777*(Deferensiasi layanan) + 10.2% (ε). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan jemaah di PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung adalah deferensiasi layanan dengan kontribusi 49%.

Kata Kunci : Strategi harga, Deferensiasi layanan, Kepuasaan jemaah.

Strategy Price And Service Differentiation To Customer Satisfaction On Travel Umroh PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung

Abstract - *This study aims to analyze pricing strategy and service deferences to the customer satisfaction umroh on PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung. The method used in this research is descriptive method - verifikatif, sample used in this research is random sampling samples. The analysis used is multiple linear regression analysis, classical assumption test, pearson correlation analysis, determination coefficient analysis by hypothesis test using T-Test and F-Test by using SPSS 17.0 software. The result of research obtained by multiple linear regression analysis are as follows: Customer Satisfaction = 1.474 + 0.325 * (Pricing strategy) + 0.777 * (Service dissemination) + 10.2% (ε). The results showed that the most dominant influence on customer Satisfaction at PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung is a service differentiation with 49% contribution.*

Keywords*: Strategy Prices, Service Differentiation, and satisfaction the assembly umroh.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya bisnis travel umroh di Indonesia seperti yang dilaporkan Kementrian Agama Republik Indonesia (KEMENAG RI) menyatakan bahwa jumlah perusahaan travel umroh dan haji di Indonesia. Dan yang sudah memiliki izin usaha mencapai 204 perusahaan travel umroh dan haji pada tahun 2016, hal ini menyebabkan meningkatnya persaingan biro jasa travel umroh,strategi penentuan harga umroh dan diferensi pelayanan dalam memberikan kepuasan terhadap jamaah umroh merupakan masalah yang dihadapi oleh setiap perusahaan travel umroh.

Sehingga seharusnya pihak penyelenggara travel umroh khususnya Nursalam travel umroh sudah mempunyai kelebihan dalam hal tertentu untuk dapat memberikan kepuasan terhadap jamaahnya, hal ini karena nominal harga paket umroh menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan proses pelayanan khususnya pada fasilitas yang didapat

konsumen guna memberikan kepuasan jamaah. Paket harga yang ditentukan bisa berasal dari kebijakan pemilik perusahaan maupun dari manajer perusahaan yang berhak menentukan. Suatu keberhasilan akan tercapai apabila ada tindakan nyata dari pihak yang bersangkutan Kendala yang dihadapi sehubungan dengan banyaknya persaingan harga pada pelaku usaha travel umroh membangkitkan para manajer perusahaan untuk apat memberikan diferensi pelayananyang baik dan memuaskan agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan agar tetap bisa bersaing. Faktor harga yang diberikan dalam melaksanakan ibadah umroh menjadi daya Tarik tersendiri bagi para calon jamaah yang sedang mencari jasa pelayanan travel umroh.

Kebijakan dalam menentukan strategi harga merupakan salah satu permasalahan yang berkaitan dengan kualitas diferensi pelayanan dalam penyelenggaraan jasa umroh saat ini.kebijakan dalam menentukan harga umroh bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap konsumen agar dapat memberikan sarana dan prasaranan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan bagi jamaahnya dengan adanya ketentuan paket harga yang diberikan pihak penyelenggara dapat memberikan penjelasan secara rinci terhadap calon jamaahnya segala fasilitas yang akan diberikan.

Kebijakan harga jual saat ini tidak dapat memberikan pelayanan yang memuaskan jemaah karena perlu adanya strategi harga untuk paket umroh guna memberikan diferensi pelayanan yang baik bagi jemaah untuk sehingga dapat memberikan kepuasan bagi jemaah.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi harga

Menurut Mc. Donald dan Hamalik (2013:4), strategi harga adalah ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan.

Biaya Produksi+Mark up Penetapan Harga Jual Proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya Objektif Sudarsono (2013:139) Faktor yang mempengaruhi penetapan harga Harga pokok jual barang:

1. Harga barang sejenis
2. Daya beli masyarakat
3. Jangka waktu perputaran modal
4. Elastisitas permintaan
5. Harga produk pesaing

.

Deferensiasi layanan

Menurut Jatmiko (2003) deferensiasi layanan adalah penawaran dari perusahaan yang memiliki tawaran yang lebih baik, lebih baru, lebih cepat dan lebih murah yang akan menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan

Menurut Kotler (2002:329) menyebutkan bahwa perusahaan dapat mendeferensiasikan tawaran pasarnya menjadi 5 dimensi sebagai berikut

1. Kesesuaian (*ability*)
2. Sikap (*attitude*)
3. Perhatian (*attention*)
4. Tindakan (*action*)
5. Tanggung jawab (*responsibility*)

Kepuasaan Konsumen

Menurut Walker. (2001:35) yang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung sendiri
3. Kesediaan merekomendasikan
4. Nilai positif yang didapat dari penyedia jasa
5. Hasil yang memuaskan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Definisi Metode Analisis Deskriptif menurut Sugiyono (2009: 35)adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain".

Metode deskriptif ditujukan untuk mengetahui pengaruh Strategi harga dan Deferensiasi layanan terhadap Kepuasaan jemaah

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (2010:29) adalah sebagai berikut:

"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Metode verifikatif untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasaan jemaah. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data sekunder, karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah lebih lanjut dan data yang disajikan oleh pihak lain.

Jenis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini mengenai peningkatan kepuasaan jemaah melalui strategi harga dan deferensiasi layanan pada PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung adalah data sekunder.

Penelitian ini menggunakan sampel data Strategi harga, Deferensiasi layanan dan Kepuasaan jemaah pada PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung. Penelitian ini menggunakan sampel data dari konsumen PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung. Total sampel 77 responden. Rancangan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sementara uji hipotesis menggunakan uji - T serta uji – F dengan tingkat signifikansi 5%. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasaan jemaah. Dengan menggunakan *software SPSS 17.0*, diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Kepuasaan jemaah = 1.474 + 0.325*(Strategi harga) + 0.777*(Deferensiasi layanan) + 10.2% (ε)

C = 1.474 Menunjukkan jika Strategi harga dan Deferensiasi layanan yang bernilai 0 maka pertumbuhan Kepuasaan jemaah bernilai 1.474

β_1 = 0.325 Menunjukkan besarnya peningkatan Kepuasaan jemaah jika Strategi harga meningkat satu satuan maka diprediksi pertumbuhan Kepuasaan jemaah akan meningkat sebesar 0.325

β_2 = 0.777 Menunjukkan besarnya peningkatan Kepuasaan jemaah jika Deferensiasi layanan meningkat satu satuan maka diprediksi pertumbuhan Kepuasaan

jemaah akan meningkat sebesar 0.777

ε = 10.2% Variabel lain yang tidak diteliti.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Syarat lolos uji normalitas, nilai probability nya harus lebih besar dari 0,05 (> 5%). dengan menggunakan *software SPSS versi 17.0,* diperoleh hasil perhitungan nilai Kolmogorov sebesar 0.774 lebih besar 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residu dalam model berdistribusi secara normal, sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi untuk dilakukan pengujian regresi.

Uji Multikolinearitas

Dari hasil yang diperoleh tampak tidak ada koefisien korelasi yang kuat antar variabel Strategi harga dengan Deferensiasi layanan, sehingga diduga tidak ada hubungan linier antar variabel independen (bebas). Hasil tersebut menunjukan bahwa tidak ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi, sehingga model memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

-Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik yang diperoleh tampak titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bersifat homokedastisitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari adanya heteroskedastisitas, sehingga model tersebut memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

ANALISIS KORELASI

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan antara Strategi harga (X_1) dengan Kepuasaan jemaah (Y) sebesar 0.901 menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel adalah tinggi (dalam interval 0.81 – 1,00). Arah hubungan positif antara Strategi harga dan Kepuasaan jemaah menunjukkan tingginya Strategi harga akan mempengaruhi meningkat Kepuasaan jemaah.
2. Keeratan hubungan antara Deferensiasi layanan (X_2) dengan Kepuasaan jemaah (Y) sebesar 0.916 menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel adalah tinggi (dalam interval 0.81 – 1.00). Arah hubungan positif antara Deferensiasi layanan dan Kepuasaan jemaah menunjukkan tingginya Deferensiasi layanan akan mempengaruhi meningkat Kepuasaan jemaah.
3. Keeratan hubungan antara Strategi harga (X_1) dan Deferensiasi layanan (X_2) dengan Kepuasan jemaah (Y) sebesar 0.947 menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel adalah tinggi (dalam interval 0.81 – 1.00). Arah hubungan positif antara strategi harga dan Deferensiasi layanan dan Kepuasaan jemaah menunjukkan tingginya strategi harga dan deferensiasi layanan akan mempengaruhi meningkat Kepuasaan jemaah.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Dari hasil yang diperolehtampak nilai R-squared sebesar 0.898 atau 89.8% menunjukkan bahwa pengaruh strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasan jemaah secara simultan sebesar 89.8%, sedangkan sisanya 10.2% dipengaruhi oleh variabel lain.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

- Strategi harga terhadap Kepuasaan jemaah

Hasil pengujian secara parsial pengaruh Strategi harga terhadap Kepuasaan jemaah diperoleh nilai t_{hitung} = 3.271 > 1.995 (t_{tabel}). Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Strategi harga berpengaruh terhadap Kepuasaan jemaah.

- Deferensiasi layanan terhadap Kepuasaan jemaah

Hasil pengujian secara parsial pengaruh Deferensiasi layanan terhadap Kepuasaan jemaah diperoleh nilai t_{hitung}= 3.968 > 1.995 (t_{tabel}). Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Deferensiasi layanan berpengaruh terhadap Kepuasaan jemaah.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji T)

Strategi harga dan Deferensiasi layanan Terhadap Kepuasaan jemaah

Hasil pengujian secara simultan pengaruh strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasaan jemaah diperoleh nilai f_{hitung} = 83.231 > 3.15 (f_{tabel}). Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengaruh strategi harga dan deferensiasi layanan berpengaruh terhadap kepuasaan jemaah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Strategi harga yang di dalamnya diukur melalui 5 indikator, yaitu adanya harga barang atau jasa sejenis, adanya daya beli masyarakat, adanya jangka waktu perputaran model, adanya kondisi pasar dan adanya jasa pesaing. Indikator adanya jangka waktu perputaran model memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan adanya kondisi pasar dan jasa pesaing memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum variable ini masuk kategori strategi harga yang belum sesuai dengan keinginan Jemaah umroh. Hal ini dikarenakan masih ada harga dari jasa pesaing yang menawarkan harga lebih rendah. Maka dari itu perlu adanya perbaikan mengenai strategi harga pada travel umroh Nursalam Bandung.
2. Diferensiasi layanan yang didalamnya diukur melalui 5 indikator, yaitu adanya kemampuan, adanya sikap, adanya perhatian, adanya tindakan dan adanya tanggung jawab. Indicator adanya sikap dan perhatian memperoleh skor presentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan adanya tanggung jawab memperoleh presentase skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum variable ini masuk kategori kurang baik. Hal ini disebabkan belum adanya perbedaan pada setiap penyelengaraan kegiatan ibadah umroh. Maka dari itu perlu adanya perbedaan kegiatan umroh pada saat pelaksanaan umroh berlangsung sehingga Jemaah yang melaksanakan ibadah umroh lebih dari dua kali tidak merasa jenuh dan bisa menjadi daya Tarik terhadap calon Jemaah umroh yang lainnya.
3. Kepuasan Jemaah yang didalamnya diukur melalui 5 indikator, yaitu adanya kesesuaian harapan , adanya minat berkunjung kembali, adanya kesediaan merekomendasikan, adanya nilai positif dan adanya hasil yang memuaskan Jemaah umroh. Indicator adanya minat berkunjung kembali memperoleh skor pesentase paling tinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indicator kesediaan merekomendasikan memiliki skor

presentase paling rendah dengan kategori kurang baik, Namun secara umum variabel ini belum menunjukan kepuasan Jemaah umroh. Hal ini disebabkan dari strategi harga dan diferensiasi layanan yang belum sesuai dengan harapan Jemaah. Maka dari itu manajemen perlu memperbaik kebijakan dalam menentukan harga dan memberikan diferensiasi layanan pada setiap kegiatan umroh berlangsung.

4. Secara parsial dan simultan, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara strategi harga dan diferensiasi layanan terhadap kepuasan Jemaah umroh, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis uji f dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari strategi harga dan diferensiasi layanan terhadap kepuasan Jemaah umroh di PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung..

Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran bagi pihak PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung mengenai pengaruh strategi harga dan deferensiasi layanan terhadap kepuasan jemaah yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis ingin mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Strategi harga yang ditentukan oleh travel Nursalam Bandung masih belum bisa diterima oleh calon Jemaah. Oleh karena itu manajemen travel umroh Nursalam perlu memberikan perubahan pada harga umroh yang ditentukan agar Jemaah umroh ataupun Jemaah umroh mampu dan berminat melaksanakan ibadah umroh pada travel umroh Nursalam Bandung. Salah satu cara yang bisa diwujudkan untuk memperbaiki strategi harga adalah bekerja sama dengan berbagai pihak terkait baik didalam negri ataupun diluar negri sehingga dapat meminimalisir anggaran ibadah umroh dan dapat memperbaiki strategi harga pelaksanaan ibadah umroh.
2. Variabel diferensiasi layanan sudah berlangsung cukup baik. Namun hal tersebut perlu dikembangkan agar Jemaah umroh yang melaksanakan ibadah umroh lebih dari satu kali tidak merasa jenuh. Hal itu dapat diwujudkan dengan adanya wisata religi di sekitar tanah suci diantaranya dengan mengunjungi tempat tempat bersejarah umat islam disekitar wilayah tersebut. Sehingga travel umroh Nursalam memiliki poin lebih dalam melaksanakan ibadah umroh baji jemaahnya.
3. Kepuasan Jemaah umroh travel Nursalam Bandung sudah cukup baik dalam memuaskan Jemaah. Karena tujuan dari setiap penyelenggara layanan jasa adalah memenuhi dan memuaskan konsumennya. Akan tetapi dengan ditambahnya strategi harga yang tepat dan diferensiasi layanan yang sesuai tidak menutup kemungkinan penilaian Jemaah umroh terhadap travel Nursalam akan lebih baik lagi.
4. Pengaruh antara strategi harga dan diferensiasi layanan terhadap kepuasan Jemaah umroh pada travel umroh PT. Nursalam Ilmi Barokah Bandung bisa dibilang cukup baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan pihak travel Nursalam untuk bisa memanfaatkan variable –variabel tersebut agar terciptanya bisnis travel umroh yang berkembang baik & unggul.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Dion Mahesa, 2012, *Analisis* Aditya Dion Mahesa, 2012, *Analisis Faktor-Faktor Pelayanan Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi pada mahasiswa S1 Fakultas*

Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang), diakses dari www. eprints.undip.ac.id

Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*, Gaya Media Jogyakarta.

Akbar Nurseta Priyandika (2015) *Analisis Pengaruh Jarak, Lama Usaha, Modal, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan usaha.*

Alma, B, 2011. *Kewirausahaan*, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung

Amri, S. dan I. K, Ahmadi. 2010. *Proses Pembelajaran Kreatif dan Inovatif dalam Bisnis.* Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya.

Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarata : Rajawali Pers, 2009)

Anies Lestari, ALeonardo B Hasiolan ,Maria M Minarsih. *Pengaruh Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Para Remaja (Studi Empiris di Desa Jamus Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak).*Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang, Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016

Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

Arikunto Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian.* Jakarta: *Rineka Cipta*

Azwar, S. (2007*). Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya, adisi 2, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.*

Bandura, A.1997. *Self Efficacy The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company

Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Benedicta Prihatin Dwi, Riyanti. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian*. Jakarta : Grasindo.

Dantes, Nyoman . 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andi

Eddy Soeryanto Soegoto, 2009, *Enterpreneurship, Edisi Pertama*, Jakarta : PT. Elek Media Komputindo

Fahmi, Irham. 2013.*Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Fanny Paramitasari.2016. *Pengaruh Keputusan Harga Dan Pengembangan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* Prodi Ekonomi .Email:

Felita Sasongko dan Dr. Hartono Subagio,S.E.,M.M. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Survey Pada Restaurant Ayam Penyet*

Gita Patel. 2013. *Gender Differences IN Leadership Styles and The Impact Within Corporate Board*.

Hasbullah. (2012). *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Raja Grafindo

Ihsan Fuad. (2005). *Dasar-dasar Ibadah Haji dan Umroh*. Jakarta. PT RINEKA CIPTA. Jakarta

Irma Ayu Noeraini2016. *Pengaruh Tingkat Kepercayaan Kualiats Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (JNE Surabaya*)

Indah Dwi Kurniasih. *Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Survel Pada Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: BPFE.

Pinta Gustiana Masda. 2011. *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Galami di Kota Payakumbuh*

Raja Irfan Sabir. *Customer Satisfaction in the Restaurant Industry; Examining the Model in Local Industry Perspective. Journal* http://aessweb.com/journal-detail.php?.id=2006

Riama Desy Hotmauli Sibuea. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Pengiriman (Kasus PT.POS Indonesia Cabang Pekanbaru)*

Rizki Dharma .2010. *Analisis Pengaruh Kebijakan Harga Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Semen Tonosa Kabupaten Sumenep) Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar*

Schiffman dan Kanuk.2000. *Consumer Behavior Fifth Edition Prentince-Hall Inc. New Jersey*

Shelly Tri Maulia. 2014. *Pengaruh usia, pengalaman, dan pendidikan dewan komisaris terhadap daya beli*

Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka

Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka

Srini M. Iskandar. 2001. *Pendidikan Ibadah Haji dan Umroh*. Bandung: CV. Maulana.

Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. TARSITO. Bandung

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Suwito Johan. 2011. *Implementasi Strategi Bisnis dan Korporasi Melalui Merger dan Akuisis*

Tri Hari Koestanto**.** *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Bank JATIM Surabaya)*

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: Agung Media

Umi Narimawati. , Sri Dewi Anggadini & Linna Ismawati (2011). *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi: Genesis

Uno, Hamzah B. 2014, *Teori Diferensiasi dan Pengukurannya*, Jakarta, PT. Bumi Aksa

Yuyus Suryana dan Karib Bayu. 2011. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik konsumen*. Jakarta: Kencana