

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

## EVALUASI KEPUTUSAN MASYARAKAT DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN

(Studi di Bandara Adisutjipto Yogyakarta)

Heru Priyanto, Endarwati, Ari Sudarwati

### Abstract

*Yogyakarta's society economics experience step-up that significant and positive to development that is done by all good party at industry's area object and industry is service. Air transportation service business activity experience step-up each year ala significant enthusiastically local's society and international utilizes Adisutjipto's international airport. Operator role assign value positive to user society satisfaction airport service, with element reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangibles. Service to positive consumer give impact on ability warms up effort for effloresce deep technology and is independence soul. Ply a part human Resource at Adisutjipto's Space has factor thet dominant to in the presence effort body. This in the presence have share to consumer satisfaction in service effort purpose flight. Method observation ling to utilize analysis regression statistic with sample as much emphaty, and tangibles regarding service user satisfaction air transportation. Done by research with various analyses' tool sice early month of March 2017 to the last month of Julies 2017, therefore to five element regard positively to consumer satisfactions. Factor assurance as surety of safety and a moral certainty time constitutes factor that dominant.*

**Keywords:** Service, reality, expectation, consumer satisfaction.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

## PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta telah mengalami perkembangan ekonomi secara positif dan signifikan dengan ketersediaan infrastruktur darat dan udara di dalam memenuhi kebutuhan transportasi yang dinamis. Predikat sebagai kota pariwisata, budaya, pendidikan merupakan unsur ekonomi untuk roda pembangunan dalam rangka pemberdayaan masyarakat Yogyakarta. Aktivitas perekonomian saat ini dan masa yang akan datang dituntut efisien dan tepat waktu, bagi pengelola bandara Adisutjipto Yogyakarta merupakan tantangan agar masyarakat terpuaskan terhadap fasilitas yang ada memberikan apa yang dibutuhkan.

Johnny K. Johansson (2004): Kualitas pelayanan menurut pemakai jasa meliputi tanggapan, kemampuan, keramahan, kerendahan hati dan kesungguhan para karyawan perusahaan dalam melayani. Warren J. Bilkey (2006): Pelayanan jasa sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi, standar pelayanan dan standar profesi. Dari segi pembiayaan kualitas pelayanan terkait pada segi-segi efisiensi pemakaian sumber dan dana kewajiban pembiayaan.

Kotler (2004): Kualitas pelayanan adalah sebagai jasa akhir dari ketergantungan yang rumit dari aspek struktur berupa kewajiban, biaya dan aspek proses yang terdiri relevansinya, efektivitasnya, kualitas, efisiensi, dan aspek keluaran. Anderson, Eugene W (2004): Memiliki pelanggan yang puas merupakan hal yang penting bagi sebuah industri karena karakteristik "*high contact service*" serta tingkat kompetisi yang tinggi pada suatu industri tersebut.

James W Taylor (2004): Kepuasan pelanggan tercipta karena jasa yang ditawarkan, kekurangan pelayanan berakibat kepuasan menurun. Keberadaan perusahaan dalam persaingan semakin berlanjut antara perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, dalam hal ini Bandara Adisutjipto Yogyakarta dengan bandara terdekat seperti Bandara Adi Sumarmo Solo, maka Bandara Adisutjipto Yogyakarta dituntut meningkatkan pangsa pasar dengan memberikan keunggulan pelayanan. Pelayanan yang prima sesuai dengan harapan pelanggan, maka Bandara Adisutjipto Yogyakarta, perlu memperhatikan Sumber Daya Manusia yang dimiliki. Herold E. Johnson (2006): Karyawan yang kompeten, dengan memosisikan dirinya secara personal sebagai pemasar.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

E. Jerome Mc Carthy (2004): Kepuasan diperoleh dari pelayanan yang prima sesuai dengan harapan pengguna. Michael J. McCarthy (2003): Budaya organisasi yang harus dibentuk, dengan budaya disiplin dan egaliter, maka diharapkan karyawan mampu memberikan informasi. Uigh Mc Alister (2003): Pelayanan kepada pelanggan secara optimal, dengan keunggulan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Bandara Adisutjipto Yogyakarta akan mampu menarik konsumen menjadi puas. Pelayanan yang prima sesuai dengan harapan pelanggan, maka Bandara Adisutjipto Yogyakarta, perlu memperhatikan Sumber Daya Manusia yang dimiliki.

## **TINJAUAN PUSTAKA, RISET SEBELUMNYA, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Philip Kotler (2004): Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Fornell (2004): Kepuasan Pelanggan akan lebih rendah pada industri yang menawarkan produk homogen kepada pasar yang heterogen. Industri yang menawarkan produk homogen bermutu tinggi ke pasar homogen mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi.

Herold E. Johnson (2004): Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja dibawah harapan maka akan kecewa, sesuai dengan harapan merasa puas dan melebihi harapan menjadi sangat puas atau gembira.

Neil H Borden (2005): Budaya Organisasi dibentuk, dengan budaya disiplin dan egaliter, maka diharapkan karyawan mampu memberikan informasi dan pelayanan pada pelanggan secara optimal.

Lee J. Krajewski (2006): Kualitas telah menjadi harapan bagi semua orang baik konsumen maupun produsen. Pengertian atau definisi kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas banyak kriteria dan tergantung pada konteksnya.

Russell & Taylor (2006): Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau yang melebihi harapan.

Aubert-Gamet, Veronique (2006): Suatu ukuran tentang seberapa baik tingkat jasa yang disampaikan sesuai dengan persepsi konsumen menggunakan rata-rata skor tingkat kepentingan.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

Rosanu L. Spiro (2003): Sebagian besar jasa tidak dapat dihitung, diukur, diinventaris, diuji, dan diperiksa dalam penjualan berikutnya untuk memastikan kualitas. Karena tidak tampak mata, perusahaan mengalami kesulitan untuk memahami bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan mereka dan mengevaluasi kualitas jasa.

M. Joseph Sirgy (2006): Jasa Berbeda-beda. Kinerjanya sering kali berbeda dari satu produsen dengan produsen lain, dari satu konsumen dengan konsumen lain, dan dari hari ke hari.

Konsistensi tingkah laku dari karyawan jasa sulit untuk dipastikan karena apa yang ingin disampaikan perusahaan kepada konsumen mungkin sangat berbeda dengan apa yang konsumen terima.

Martin Fishbein (2004): Mempertimbangkan faktor *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* dengan bobot yang berbeda tiap atribut.

Robert J Keith (2005): Produksi dan konsumsi dari banyak jasa tidak dapat dipisahkan. Konsekuensinya, kualitas dalam jasa tidak didesain di dalam pabrik, kemudian disampaikan utuh kepada konsumen.

Munawaroh (2007): Mengenai timbulnya gap antara kinerja dengan harapan kualitas jasa dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Parasuraman, A., Leonard L. Berry, (2004): Kualitas jasa diukur dengan *reliability* (Kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan), *empathy* dan *tangibles* (bukti langsung).

Mangold, W. Glyn, Fred Miller and Gary R. Brockway, (2005): Kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

David Wessel (2003): Layanan adalah kegiatan yang diarahkan untuk memastikan bahwa produk ditangani atau diperbaiki untuk memperoleh kemampuan maksimal, sedangkan dukungan adalah derajat dan perluasan layanan kepada pelanggan yang terlihat dari tersedianya petunjuk dan pelatihan.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

George S Day (2004): jumlah pelanggan besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan diupayakan membangun budaya untuk membentuk pola usaha, karena pelanggan merupakan sumber pemasukan.

McLaughlin, Curtis P., and Sydney Coffy (2004): Layanan adalah kegiatan yang diarahkan untuk memastikan bahwa produk ditangani atau diperbaiki untuk memperoleh kemampuan maksimal sedangkan dukungan adalah derajat dan perluasan layanan kepada pelanggan yang terlihat dari tersedianya petunjuk dan pelatihan.

Wendri (2009): Bukti langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

John B Ford (1995): Kepuasan berhubungan dengan janji dan daya tanggap dan bukti langsung.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan kinerja jasa yang dinikmati pelanggan jauh dari harapan pelanggan, maka kepuasan akan berkurang. Perbedaan ini merupakan serangkaian gap yang sebelumnya telah terjadi, yaitu gap antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen atas harapan pelanggan dengan spesifikasi kualitas jasa, gap antara spesifikasi kualitas jasa dengan kualitas jasa yang sebenarnya yang diberikan. Berdasarkan penelitian terdahulu maupun landasan teori yang ada maka dalam penelitian ini model penelitian atau kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:

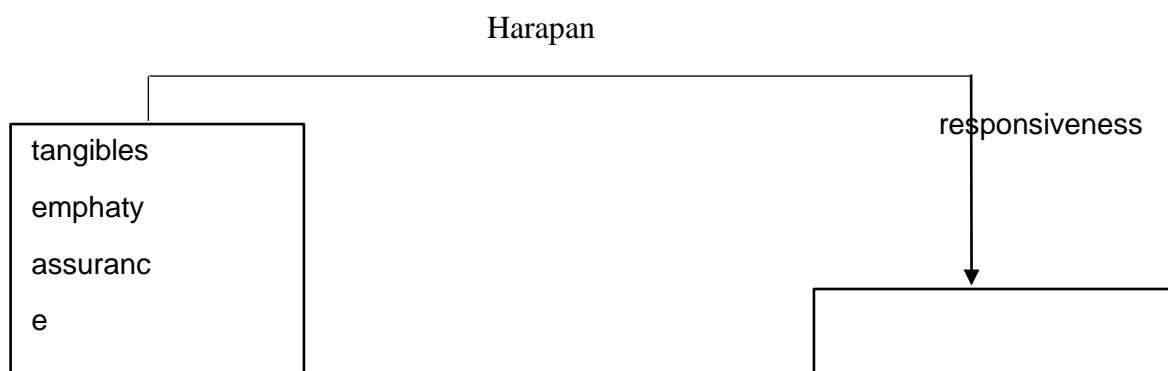
## METODE PENELITIAN

### Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

#### Populasi

Pengguna jasa transportasi udara dari daerah dalam negeri serta luar negeri yang berada di Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

#### Model Penelitian



# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

73

Kepuasan

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

Kenyataan

## Gambar 1. Model Penelitian

### Sampel

Sampel yang digunakan 100 orang pengunjung sebagai responden dan subyek dalam penelitian, sedang untuk pengambilan menggunakan *Non Random Sampling* yang dianggap telah memenuhi secara minimal untuk penelitian serta berhubungan harapan dengan kenyataan sebagai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan terdiri, *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles* menggunakan skala ukur ordinal.

### Metode dan Waktu Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam bentuk survey dan wawancara dengan memberikan daftar pertanyaan sesuai dengan data penelitian yang dianggap benar menurut penelitian terdahulu.

### Uji Kualitas Data

#### 1. Pengujian Validitas

Seymour Sudman (2006): Menggunakan model korelasi produk moment (*product moment coefisien of correlation*). Uji validitas adalah uji untuk mengukur kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, nilai korelasi ( $r$ ) dibandingkan dengan angka kriteria dalam tabel korelasi dan jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan itu valid.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

$R_{xy}$ : Koefisien korelasi produk moment X: Nilai dari setiap item Y: Nilai dari semua item  
N: Jumlah item Taraf nyata 5%.

## 2. Pengujian Reliabilitas

Memakai teknik *Alpha Cronbach* dikarenakan datanya merupakan sebaran beberapa nilai.

Suatu instrumen dikatakan reliabel (andal) apabila didapatkan harga koefisien Alpha yang lebih besar atau sama dengan 0,60.

## ANALISIS DATA

### Analisis Inferensial

Analisis diperlukan untuk mengetahui kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kemampuan faktor pelayanan yang dilakukan operator pelabuhan udara sebagai kenyataan dan masyarakat sebagai pengguna menilai sebagai harapan. Penggunaan analisis *Fieshbein* untuk mengetahui tingkat kepercayaan pada pendapat responden terhadap *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* yang mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan pelabuhan udara Adisutjipto Yogyakarta.

Uji beda rata-rata n 100

Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ini mengukur seberapa besar sumbangan variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai dependent. Nilai  $R^2$  ini akan mempunyai range antara 0 sampai 1.

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Kualitatif

**Tabel 1.** Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	63	63%



# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

<b>Perempuan</b>	<b>37</b>	<b>37%</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel memberi informasi pengunjung Bandara Adisutjipto Yogyakarta mayoritas laki-laki sebanyak 63 persen berarti pengelola perlu menyediakan sarana yang lebih memadai untuk memberikan kenyamanan.

## 2. Analisis Inferensial

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap *Reliability*, dengan nilai koefisien validitas 0,316 sampai 0,619 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  dikatakan valid. Koefisien reliabilitas alpha 0,618  $> 0,60$  reliabel, *Responsiveness* dengan nilai koefisien validitas 0,413 sampai 0,712 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  dikatakan valid. Koefisien reliabilitas alpha 0,739  $> 0,60$  reliabel, *Assurance*, dengan nilai koefisien validitas 0,473 sampai 0,721 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  dikatakan valid. Koefisien reliabilitas alpha 0,713  $> 0,60$  reliabel, *Emphaty*, dengan nilai koefisien validitas 0,513 sampai 0,603 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  dikatakan valid. Koefisien reliabilitas alpha 0,731  $> 0,60$  reliabel, *Tangibles*, dengan nilai koefisien validitas 0,493 sampai 0,702 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  dikatakan valid. Koefisien reliabilitas alpha 0,697  $> 0,60$  reliabel, kepuasan dengan nilai koefisien validitas 0,303 sampai 0,612 dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  dikatakan valid. Koefisien reliabilitas alpha 0,693  $> 0,60$  reliabel maka data penelitian layak untuk digunakan.

Hasil uji Validitas dan Reliabilitas terhadap *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* dikatakan valid dan reliabel maka data yang ada sudah dapat untuk bahan penelitian. Hasil analisis *Feish bein* untuk faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan pelabuhan udara Adisutjipto mempunyai dua komponen berupa harapan dan kenyataan. Analisis harapan untuk *reliability* memperoleh nilai 0,74. Nilai harapan *Responsiveness* 0,51 nilai harapan *Assurance* 0,95 nilai harapan *Emphaty* 0,49 nilai harapan *Tangibles* 0,76. Hasil analisis kenyataan pada *reliability* dengan nilai 0,41 nilai kenyataan untuk *Responsiveness* sebesar 0,29 nilai kenyataan *Assurance* 0,20 dan nilai untuk *Tangibles* 0,33.

Hasil penilaian dari berbagai faktor pelayanan sangat memuaskan, memuaskan, sedang, tidak memuaskan dan sangat tidak memuaskan dengan angka nilai harapan (bi) dan nilai

# Journal Competency of

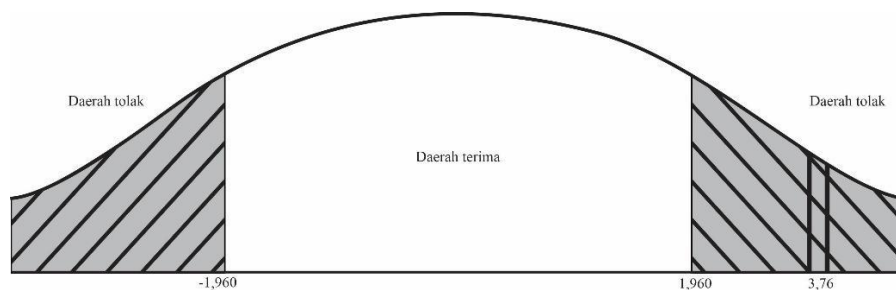
2018 Vol 2. No II

kenyataan (ei) diperoleh 1,16. Berarti evaluasi kepuasan masyarakat ditinjau dari kualitas pelayanan terletak pada  $1 < 1,16 \leq 2$  maka penilaian terhadap *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles* adalah sangat puas. Berdasarkan analisis evaluasi kepuasan sikap faktor *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles* dengan nilai kepuasan positif diatas nol.

**Tabel 2.** Analisis Evaluasi Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Di Pelabuhan Udara Adisutjipto Yogyakarta

No	Faktor	Harapan	Kenyataan	Kepuasan
1	<i>Reliability</i>	0,74	0,41	0,30
2	<i>Responsiveness</i>	0,51	0,29	0,15
3	<i>Assurance</i>	0,95	0,20	0,19
4	<i>Emphaty</i>	0,49	0,55	0,27
5	<i>Tangibles</i>	0,76	0,33	0,25
	Nilai Skor Kepuasan			1,16

Sumber data primer diolah



**Gambar 2.** Uji Beda Rata-rata n 100

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

Dari gambar 2 terlihat  $Z_h = 3,76$  dengan membandingkan  $Z_h=3,76 > Z_{0,05}=1,960$  maka  $H_0$  ditolak, jadi ada perbedaan yang signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan itu benar.

**Tabel 3.** Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.757(a)	.573	.551	3.27722

a Predictors: (Constant), tangibles, assurance, responsiveness, reliability, emphaty

Sumber: Data Primer diolah

Dari tabel Koefisien Determinasi diperoleh nilai Adjusted  $R^2 = 0,551$  atau 55,1%, hal ini menunjukkan bahwa variasi kepuasan konsumen (Y) yang dapat dijelaskan *reliability, responsiveness, assurance, emphaty dan tangibles*, sebesar 55,1%. Sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi variabel lain.

Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan karyawan yang cepat, akurat, menguasai, dan berpengalaman dibidangnya mampu menjadi daya tarik konsumen untuk menggunakan jasa Bandara Adisutjipto Yogyakarta, sehingga kepuasan meningkat.

John M Ivancevich (1999): *Reliability* usaha jasa mempengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi.

Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Bandara

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

Adisutjipto Yogyakarta yang sabar dan ramah, memahami keinginan konsumen, membantu konsumen bila kesulitan, dan menerima kritik dari konsumen, membuat konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta menjadi puas.

Scot B Mackenzie (1996): *Assurance* kepastian dengan kualitas produk memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen.

Jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hasil jasa Bandara Adisutjipto Yogyakarta yang berkualitas, pesanan yang sesuai dengan keinginan konsumen, pesanan yang tepat waktu dan bertanggung jawab, mampu menarik konsumen, sehingga mendorong konsumen puas terhadap jasa Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Empati (*emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Bandara Adisutjipto Yogyakarta yang komunikatif, mengenal konsumen dengan baik, memahami keinginan konsumen, dan menjalin hubungan dengan konsumen secara harmonis, mampu menarik konsumen, sehingga mendorong konsumen puas terhadap Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Irwin P Levin (1989): *Tangibles* merupakan faktor pendukung dengan pengembangan teknologi memberikan akurasi waktu kepastian yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Bukti langsung (*tangibles*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa jasa Bandara Adisutjipto Yogyakarta yang menggunakan teknologi modern kantor Bandara Adisutjipto Yogyakarta yang mudah dicari dan terjangkau, fasilitas parkir yang aman merupakan pendorong konsumen menggunakan jasa Bandara Adisutjipto Yogyakarta, sehingga kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta menjadi meningkat.

*Reliability, responsiveness, assurance, emphaty dan tangibles*, secara serentak dan signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa apabila secara bersama-sama yaitu *Reliability, responsiveness, assurance, emphaty dan tangibles* diperbaiki atau ditingkatkan menjadikan konsumen puas, pelayanan cepat, sabar, ramah, jasa yang sesuai keinginan konsumen, karyawan bisa berkomunikasi dan

## Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

menepati kepastian merupakan faktor dominan agar konsumen puas terhadap Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Nilai Adjusted  $R^2 = 0,551$  atau 55,1%, hal ini menunjukkan bahwa variasi kepuasan konsumen (Y) yang dapat dijelaskan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles*, sebesar 55,1%. Sedangkan sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi variabel lain.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Para pengguna jasa Bandara Adisutjipto adalah masyarakat umum yang memiliki pekerjaan tetap dan berpendidikan secara mayoritas kaum laki-laki.
2. Peranan pelayanan yang dilakukan oleh sumber daya Angkasa Pura Adisutjipto Yogyakarta memiliki peran positif terhadap tingkat kepuasan para konsumen.
3. Faktor *Reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles*, secara serentak diperbaiki dan ditingkatkan memberikan rasa puas terhadap konsumen untuk pelayanan, kesabaran, keramahan dalam berkomunikasi serta menepati keselamatan dan kepastian waktu sebagai faktor dominan.

### Saran

1. Pengunjung Bandara Adisutjipto Yogyakarta mayoritas laki-laki berarti pengelola perlu menyediakan sarana yang lebih memadai untuk memberikan kenyamanan serta membina hubungan dengan konsumen untuk memberikan informasi yang positif dan dilakukan sosialisasi terus menerus.
2. Pembinaan mental *entrepreneurship* para karyawan perlu ditingkatkan kepercayaan agar perusahaan lebih maju.
3. Dikarenakan kemampuan peneliti terbatas dan keterbatasan waktu dalam penelitian maka penelitian ini perlu dilanjutkan kesempurnaan pada masa yang akan datang.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Eugene W. 2004. "Customer Satisfaction And Word Of Mouth". *Journal Of Service Research* Vol. 1 No. 1. Pp 31-42.
- Aubert-Gamet, Veronique. 2006. "Evaluating Service Encounters: The Effects Of Physical Surroundings And Employee Responses". *Jurnal Of Marketing* Vol. 63. Pp 63-79.
- David Wessel. 2003. "With Labor Scarce, Service Firms Strive To Raise Productivity". *The Wall Street Journal*. Pp 15-21.
- E. Jerome Mc Carthy. 2004. "Basic Marketing, Managerial Approach". *Jurnal Of Marketing*. pp 1-12.
- George S Day. 2004. "Marketing Decision Into Too Factors, Product, Packaging, Brand, Price And Service". *Jurnal Of Marketing Research* Vol. 9 No. 3. pp. 21-29.
- Herold E. Johnson. 2006. "Older Workers Help Meet Employment Need". *Personnel Journal*. pp. 100-105.
- Irwin P Levin. 1989. "Estimating Price-Quality Trade Offs Using Comparative Jugment". *Jurnal Of Consumer Research*. pp. 593-600.
- James W Taylor. 2004. "The Role Of Risk In Consumer Bihavior." *Jurnal Of Marketing*. pp 61-67.
- Johnny K Johansson. 2004. "Determinants And Effects Of The Us Of 'Made In'". *International Marketing Review*. pp 41-53.
- Lee J Krajewski. 2006. *Operations Management Strategy And Analysis*. Sixth Edition Prentice Hall International, Inc New Jersey USA.
- Michael J. McCharty. 2003. "Marketers Zero In On Their Customers". *The Wall Street Journal*.pp 81.
- M. Joseph Sirgy. 2006. "Self-Concept In Consumer Behavior: A Critical Review." *Jurnal Of Consumer Research*. pp 287-300.
- Neil H Borden. 2005. "The Concept Of The Marketing Mix". *Jurnal Of Advertising Research*. pp 2-7.
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry. 2004. "*Marketing Service, Competing Trough Quality*". The Free Press, A Division Of Mcmillan, Inc, New York.
- Philip Kotler. 2004. *Marketing Management The Millenium Edition*. Prentice Hall International, Inc New Jersey USA.
- Robert J Keith. 2005. "The Marketing Revolution". *Jurnal Of Marketing* No. 1. pp 36-42.
- Rosanu L Spiro. 2005. "Persuasion In Family Dwcision Making". *Jurnal Of Consumer Research*. pp 393-402.

# Journal Competency of

2018 Vol 2. No II

Scot B Mackenzie. 1996. "A Reexamination Of The Determinants Of Consumer Satisfaction". *Jurnal Of Marketing* No. 3. pp 15-32.

Seymour Sudman. 2006. *Marketing Research, A Problem Solving Approach*. McGraw-Hill International Editions USA.

Uigh Mc Alister. 2003. "Chousing Multiple Items From A Product Class". *Jurnal Of Consumer Research*. pp 213-224.

Warren J. Billkey. 2006. "Country Of Origin Effect On Product Evaluations". *Jurnal Of International Business Studies*. pp 89-99.

Wendri Rusli. 2009. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Perbengkelan". *Jurnal Kompetensi* Vol. 7 No. 1. Hal. 55-78