

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pelanggan Penyewa Perancah Pada PT Dutaraya Sejati Medan

Author:

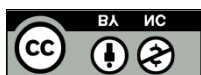
Candra¹

Affiliation:

Politeknik Unggulan Cipta Mandiri

Corresponding email

Candrayongz@gmail.com



This is an Creative Commons
License This work is licensed under
a Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International
License

Latar Belakang: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap keputusan pelanggan penyewa perancah pada PT Dutaraya Sejati Medan.

Metode Penelitian: Jenis pada penilitan ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner, wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian: Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,473, yang berarti bahwa 47,3% besarnya penyebaran data dari keputusan penyewaan perancah (Y) dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan saluran distribusi. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 52,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga dan lain-lain.

Kesimpulan: Secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi, Keputusan Pelanggan

Abstrak:

Pendahuluan

Syarat yang perlu dipenuhi perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya memahami dan mewujudkan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan kemudian berusaha mengembangkan produk yang akan memuaskan pelanggan sehingga menjadikan pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk menyewa atau tidak terhadap produk yang ditawarkan. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan, diantaranya kualitas pelayanan dan saluran distribusi.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting karena pelayanan yang memuaskan pelanggan akan berdampak pada terjadinya penyewaan yang berulang yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan.

Saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang berfungsi mempercepat arus barang dari produsen ke pelanggan secara efisien. Saluran distribusi sebagai salah satu unsur bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk dan mencapai tujuan perusahaan. Tanpa adanya saluran distribusi tidak mungkin produk yang dihasilkan sampai ke tangan pelanggan dalam jumlah dan waktu yang tepat.

PT Dutaraya Sejati adalah perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi dengan sub bidang penyewaan. Perusahaan berupaya meningkatkan jumlah penyewaan perancah. Ketatnya persaingan pada bidang usaha sejenis serta perubahan permintaan konsumen menyebabkan perusahaan menghadapi kendala dalam meningkatkan jumlah penyewaan perancah. Hasil survei di awal penelitian diketahui jumlah penyewaan perancah mengalami penurunan. Penurunan penyewaan diduga disebabkan faktor kualitas pelayanan dan saluran distribusi.

Berikut adalah Data Penyewaan Perancah pada PT. Dutaraya Sejati dalam 1 tahun terakhir.

Tabel I.1
Data Penyewaan Perancah pada PT. Dutaraya Sejati
Bulan Januari 2022 hingga Desember 2022

Bulan	Jlh Unit yang Disewa (set)	Selisih (%)
Januari 2022	2.513	-
Februari 2022	2.253	-10,35
Maret 2022	1.907	-15,36
April 2022	2.009	5,35
Mei 2022	1.521	-24,29

Juni 2022	1.635	7,50
Juli 2022	1.716	4,95
Agustus 2022	1.820	6,06
September 2022	1.915	5,22
Oktober 2022	1.534	-19,90
November 2022	1.678	9,39
Desember 2022	1.510	-10,01

Sumber : PT Dutaraya Sejati, 2023

Berdasarkan data yang ada diatas, maka yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah aspek kualitas pelayanan dan saluran distribusi.

Permasalahan kualitas layanan berkaitan dengan karyawan yang kurang tanggap dalam melayani permintaan pelanggan, dalam hal mengatasi keluhan pelanggan tentang kondisi perancah serta adanya persyaratan jaminan pada saat penyewaan. Hal ini disebabkan pada saat penyewaan perancah, pelanggan diwajibkan memberikan jaminan penyewaan sebesar Rp. 450.000,-/set, sedangkan perancah yang disewa dalam kondisi rusak dan tidak lengkap, yang menyebabkan pelanggan harus mencari kekurangan di tempat lain. Pada saluran distribusi juga terdapat permasalahan berupa adanya pembatasan perancah yang disewa, hal ini dilakukan perusahaan untuk menjaga agar pelanggan tetap dapat menyewa perancah pada saat dibutuhkan. Pembatasan perancah yang disewa disebabkan perancah banyak yang rusak. Selain pembatasan penyewaan perancah, permasalahan lainnya yaitu mobil yang tersedia untuk mengantar perancah yang disewa hanya 1 unit dengan kapasitas yang hanya mampu mengantar 20 set perancah sehingga perancah yang disewa terlambat sampai tujuan, pengiriman yang berulang karena kapasitas mobil kecil dan perusahaan tidak mampu mengantar perancah pada lokasi yang berbeda di waktu yang bersamaan.

Studi Literatur

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017: 65) adalah sebagai berikut:

1. *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015: 159), “Saluran distribusi adalah semua organisasi yang saling terkait dalam penyampaian produk dari produsen sampai dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir”.

Menurut Kotler dan Keller (2013:114), saluran menghasilkan lima *output* jasa yaitu

- a. Ukuran lot yaitu jumlah unit yang diizinkan saluran untuk dibeli oleh pelanggan umum dalam satu peristiwa.
- b. Waktu tunggu dan waktu pengiriman yaitu rata-rata waktu pelanggan saluran untuk menerima barang.
- c. Kenyamanan spesial yaitu tingkat dimana saluran pemasaran membuat konsumen lebih mudah membeli produk.
- d. Keragaman produk yaitu rentang pilihan yang disediakan oleh saluran pemasaran.
- e. Dukungan layanan yaitu jasa tambahan (kredit, pengiriman, instalasi, perbaikan) yang disediakan oleh saluran

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:63), “keputusan pembelian adalah hasil evaluasi berupa keputusan tentang produk mana yang akan dibeli, dimana membelinya, kapan membelinya dan berapa banyak produk tersebut akan dibeli, serta bagaimana produk tersebut dapat dibeli”.

Menurut Sunyoto (2013:85-86), indikator keputusan pembelian, yaitu:

1. Keputusan tentang jenis produk
Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk. Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.
2. Keputusan tentang bentuk produk.
Keputusan ini menyangkut ukuran, mutu, corak, dan sebagainya. Dalam hal ini, perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik mereka.
3. Keputusan tentang merek.
Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.
4. Keputusan tentang penjualnya.
Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli. Dalam hal ini produsen, pedagang besar dan pengecer baru mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.
5. Keputusan tentang jumlah produk.
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.
6. Keputusan tentang waktu pembelian.
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian. Masalah ini menyangkut adanya uang. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam penentuan waktu pembelian.
7. Keputusan tentang cara pembayaran.
Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli. Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjual dan jumlah pembelinya. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui keinginan pembeli terhadap cara pembayarannya.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:7), penelitian kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Lokasi penelitian ini di PT Dutaraya Sejati, Jalan Aluminium Raya No 2 Kelurahan Tanjung Mulia Kecamatan Medan Deli Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dimulai dari Januari 2023 sampai dengan April 2023.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Rumus persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pelanggan (variabel dependen)

X1 = Kualitas Pelayanan (variabel independen)

X2 = Saluran Distribusi (variabel independen)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

e = Kesalahan penduga (yang tidak terungkap = 5%)

Hasil

Hasil pengujian menggunakan t_{hitung} dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	5,272	2,149		2,454	,016
Kualitas pelayanan	,391	,078	,496	5,045	,000
Saluran distribusi	,224	,083	,267	2,716	,008

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 2. hasil pengujian secara parsial di atas, maka dapat dilihat beberapa uraian temuan di bawah ini diantaranya :

1. Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan uji parsial kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} (5,045) > t_{tabel} (1,987) dengan tingkat signifikansi (0.000) < (0.05). Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati Medan .

2. Saluran Distribusi

Dari hasil perhitungan uji parsial saluran distribusi diperoleh nilai t_{hitung} (2,716) > t_{tabel} (1,987) dengan tingkat signifikansi (0,008) < (0,05). Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati Medan.

Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel:

Tabel 3. Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	320,955	2	160,478	41,413	.000b
Residual	341,001	88	3,875		
Total	661,956	90			

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Pada Tabel 3. di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 41,413 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati di Medan.

Hasil pengujian menggunakan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,696 ^a	,485	,473	1,96850

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4. hasil pengujian koefisien determinan di atas, dapat dilihat nilai *Adjusted R square* sebesar 0,473, yang berarti bahwa 47,3% besarnya penyebaran data dari keputusan penyewaan perancah (Y) dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan saluran distribusi. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 52,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga dan lain-lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penyewaan Perancah

Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan penyewaan perancah menggunakan uji parsial (Uji-t), diperoleh nilai t_{hitung} kualitas pelayanan 5,045 sedangkan

nilai t_{tabel} yang diperoleh sebesar 1,987 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dan tingkat signifikan pada level $0,000 < 0,05$ sehingga diperoleh kesimpulan hasil uji hipotesis diterima.

Hasil uji hipotesis ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Herlin (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Waluyo Jati Kraksaan Kabupaten Probolinggo” dan penelitian Soriton (2014) dengan

judul “Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kentucky Fried Chicken* MTC Manado”, yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas layanan maka keputusan pembelian akan meningkat.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian variabel saluran distribusi terhadap keputusan penyewaan perancah menggunakan uji parsial (t), diperoleh nilai t_{hitung} saluran distribusi 2,716 sedangkan nilai t_{tabel} yang diperoleh sebesar 1,987 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$) dan tingkat signifikan pada level $0,008 < 0,05$ sehingga diperoleh kesimpulan hasil uji hipotesis diterima yaitu saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati.

Hasil uji hipotesis ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Wijaya (2013) dengan judul penelitian “Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado” yang menyatakan saluran distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas layanan maka keputusan pembelian akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikatakan Tjiptono (2008: 185), kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan serta sejalan dengan teori Nitisusastro (2012:170), semakin banyak perusahaan menggunakan perusahaan saluran distribusi, pada dasarnya semakin memudahkan para konsumen untuk melakukan pembelian. Saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang berfungsi mempercepat arus barang dari produsen ke konsumen secara efisien. Tanpa adanya saluran distribusi yang baik, maka volume penjualan yang akan dicapai sulit teralisasi. Oleh sebab itu, pihak perusahaan harus menentukan dengan tepat saluran distribusi yang sesuai dengan produk yang dihasilkan. Adanya kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi dapat mengakibatkan tidak sampainya produk dalam jumlah dan waktu yang tepat ke tangan konsumen yang dapat menyebabkan kerugian yang cukup besar bagi perusahaan.

Berpengaruhnya saluran distribusi terhadap keputusan penyewaan didukung dengan hasil uji secara parsial, dimana diperoleh hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05. Kesimpulan akhir dari hasil uji secara parsial ini didukung teori Menurut Alma (2011:49), “Tanpa saluran distribusi yang efektif, maka sulit bagi masyarakat untuk memperoleh barang yang mereka konsumsi. Jadi adalah tugas saluran pemasaran untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran ini sangat penting bagi produsen, sebab produsen tidak akan sanggup menyalurkan hasil produksinya sampai ke tangan konsumen”.

Kesimpulan

Nilai t_{hitung} (5,045) > t_{tabel} (1,987) dengan tingkat signifikansi (0.000) < (0.05). Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati Medan .

Nilai t_{hitung} (2,716) > t_{tabel} (1,987) dengan tingkat signifikansi (0,008) < (0.05). Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0.05 dan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati Medan

Nilai F_{hitung} sebesar 41,413 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penyewaan perancah pada PT Dutaraya Sejati di Medan.

Referensi

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kesembilan. Bandung: CV. Alfabeta.

Arianty, Nel.Dkk. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Medan: UD. Perdana.

Arni Purwanti dan Rahma Wahdiniwati. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung*. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM Bandung, 11 November 2019, 62 – 75.

Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media

Fandy Tjiptono. 2017. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (center for Academic Publishing Service).

Herlin, Herawati. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Waluyo Jati*

Kraksaan Kabupaten Probolinggo. *Jurnal ECOBUSS Vol.4*. Universitas Panca Marga Probolinggo.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

_____. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Limakrisna, Nandan dan Wilhelmus Hary Susilo. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis : Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, J. Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Soriton, Natasya Priskila. 2014. Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kentucky Fried Chicken* MTC Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.4*. ISSN 2303-1174. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Suchaeri, Heri. 2012. *Total Customer Percepatan Laba Sepanjang Masa*. Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Bandung: CV. Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service).

_____. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

_____. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Suparyanto, RW dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

_____. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Wijaya, Mohamad H.P. 2013 Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA105* Vo.1 No.4 Desember 2013, Hal. 105-114 ISSN 2303-1174. Universitas Sam Ratulangi, Manado.