



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME DI PT TELKOM SEMARANG

Yuliana Misna Rahayu¹, Rokhmad Budiyo², Meida Rachmawati³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

Email : budiyonorokhmad@yahoo.com

Riwayat Artikel

Received : 15-10-2020

Revised : 20-10-2020

Accepted : 1-11-2020

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Customer Value, Kepuasan Pelanggan

Abstraksi.

Penelitian ini di latar belakang oleh fenomena terjadinya jumlah komplain yang meningkat. Jumlah komplain yang meningkat akan menyebabkan pelanggan tidak puas. Maka masalah penelitian yang dikembangkan adalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan IndiHome yang berdomisili di kota Semarang. Adapun sampel dalam penelitian ini sebesar 99 responden. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan metode sensus dengan instrument penelitian menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 16.0. dengan metode analisis regresi linear, uji asumsi klasik, dan uji hipotesa. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan customer value (X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena t-hitung 1,922 lebih besardari t-tabel 0,1663 dan signifikansi 0,58. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena t-hitung 0,062 lebih kecil dari t-tabel 0,1663 dan signifikansi 0,951. Customer value berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai t-hitung 3,581 lebih kecil dari t-tabel 0,1663 dan signifikansi 0,001. Studi ini mengidentifikasi bahwa manajemen PT Telkom Semarang harus memberi perhatian terhadap beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan customer value terhadap pelanggannya agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan IndiHome.

Keyword:

Product Quality, Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction.

Abstract.

This research is motivated by the phenomenon of the increasing number of complaints. The increasing number of complaints will cause customers to be dissatisfied. Then the research problem developed is how to increase customer satisfaction. The population in this study is IndiHome

customers who live in the city of Semarang. The sample in this study was 99 respondents. The method applied in this study uses the census method with the research instrument using a questionnaire. Data were analyzed using SPSS version 16.0. with linear regression analysis methods, test classic assumptions, and test hypotheses. From the results of the analysis using regression it can be seen that the product quality variables (X_1), service quality (X_2), and customer value (X_3) together have a significant effect on customer satisfaction. Product quality has an effect on customer satisfaction because the t-count of 1,922 is greater than the t-table of 0.1663 and a significance of 0.58. Service quality has no effect on customer satisfaction because the t-count is 0.062 smaller than the t-table of 0.1663 and the significance of 0.951. Customer value has an effect on customer satisfaction because the t-value of 3.581 is smaller than the t-table of 0.1663 and the significance of 0.001. This study identifies that the management of PT Telkom Semarang must pay attention to several factors such as product quality, service quality and customer value to its customers in order to increase the level of IndiHome customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat kebutuhan manusia semakin lama semakin meningkat terutama di bidang teknologi informasi dan komunikasi, sehingga mendorong konsumen untuk meningkatkan intensitas penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi yang pada awalnya sangat terbatas dalam menunjang kebutuhan sehari-hari, saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan atau telah menjadi kebutuhan hidup.

Pemenuhan kebutuhan informasi yang pada awalnya terbatas dapat diperoleh dari media informasi cetak baik majalah atau Koran seiring perkembangannya dapat diperoleh melalui media informasi elektronik baik radio maupun televisi. Perkembangan teknologi komunikasi yang pada awalnya melalui media surat menyurat, berkembang melalui media telepon koin atau juga telepon rumah. Sejalan dengan perkembangan informasi dan komunikasi, saat ini pemenuhan kebutuhan tersebut dapat diperoleh melalui media yang lebih modern yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet. Internet merupakan salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menawarkan sisi kecanggihan, kepraktisan, dan kemudahan. Keberadaan teknologi tersebut mampu meningkatkan gairah ekonomi masyarakat melalui produk-produk turunannya yang muncul

seperti internet mobile, maupun akses-akses kemudahan dalam transaksi perbankan menggunakan internet.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi merupakan peluang bisnis yang potensial PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi yang memanfaatkan peluang tersebut. Pemenuhan akan kebutuhan teknologi komunikasi yang lengkap seperti telepon rumah, akses internet dan layanan televise interaktif dengan teknologi IPTV dijawab dengan dikembangkannya berbagai produk berbasis pemenuhan kebutuhan yang lengkap dengan adanya seperti telepon rumah, akses internet dan layanan televise interaktif dengan teknologi IPTV, salah satunya produknya adalah IndiHome.

IndiHome merupakan salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket *triple play* meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah, internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*) dan layanan televise interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV). IndiHome mempunyai kelebihan dimana ketiga fasilitasnya seperti telepon rumah, akses internet dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV digunakan secara bersamaan. Kelebihan masing-masing fasilitasnya pun beragam, untuk telepon rumah yang akan diberikan fasilitas telepon selama 1000 menit ke lokal interlokal atau SLJJ (sambungan luar jarak jauh) cakupan di seluruh Indonesia, kualitas suara jernih. Serta akses internet cepat dan sangat stabil karena sudah menggunakan jaringan fiber dimana kecepatan internet *up to 100Mbps* , internet *unlimited* tanpa batasan kuota dan modem internet bisa digunakan untuk jaringan *hotspot* wifi, sehingga anggota keluarga konsumen bisa ikut terhubung di jaringan tersebut. Entah itu dari PC, laptop, ataupun *smartphone* hp. Dan fasilitas layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV) menggunakan teknologi *adaptive streaming* yang mana kualitas gambar video dengan resolusi HD, layanan UseeTV *on Demand*, dimana pelanggan dapat memutar acara yang telah tayang 7 hari yang lalu, UseeTV juga dapat dinikmati oleh berbagai perangkat lainnya (dapat dibagi menjadi beberapa televisi), *Pause* dan *rewind* dimana pelanggan dapat menghentikan dan melanjutkan kembali acara yang sedang berjalan, baik acara tersebut *live*, karaoke *on Demand* fitur yang memungkinkan pelanggan untuk memutar lagu yang berisi teks lirik lagu tersebut dan berkaraoke ria, video *recorder* dimana pelanggan dapat menyimpan berbagai program pilihan dari semua *channel* yang ada. Disamping kelebihan IndiHome ada pula beberapa kelemahan dan kekurangan IndiHome

serta adanya pesaing yang banyak dalam usaha yang sama dengan fasilitas dan penggunaan yang lebih baik.

Pembangunan telekomunikasi di Indonesia bertujuan memberikan pelayanan yang memadai kepada masyarakat dan pemakai jasa telekomunikasi yang berskala global. Persaingan dunia industri yang semakin ketat secara langsung maupun tidak langsung mendorong setiap perusahaan industri, tidak terkecuali industri informasi dan telekomunikasi khususnya PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) untuk terus menerus selalu meningkatkan kualitas performasinya agar tetap *exist* dan unggul disbanding para kompetitornya. Oleh karena itu, perusahaan selalu melakukan perubahan dan perbaikan kearah yang lebih baik lagi untuk setiap aspeknya. Salah satu cara untuk mengetahui performasi perusahaan saat ini adalah melalui informasi dari pelanggan mengenai kepuasan terhadap layanan yang telah diberikan oleh PT Telkom khususnya Datel Semarang di Jalan Pahlawan Nomor 10.

Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Kualitas mempunyai peranan penting baik dipandang dari sudut konsumen yang bebas memilih tingkat mutu atau dari sudut produsen yang mulai memperhatikan pengendalian mutu guna mempertahankan dan memperluas jangkauan pemasaran. Hal ini berarti, dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan merasa puas dan akan sangat mendukung terlaksananya pemasaran *word of mouth* positif terhadap suatu produk. Kepuasan pelanggan juga merupakan hasil dari persepsi pembeli mengenai kualitas layanan. Apabila kualitas layanan memberikan suatu yang sesuai dengan persepsi konsumen maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen. Suatu layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya sehingga pelanggan merasa puas. *Customer value* atau nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang keseimbangan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan manfaat tersebut. Hal ini akan menimbulkan keuntungan bagi perusahaan karena konsumen tersebut merekomendasikan pada orang lain, dan menyampaikan hal-hal yang positif (*positive word of mouth*) mengenai perusahaan dan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN PROPOSISI/ HIPOTESIS

a. Kepuasan Konsumen

Supranto dalam jurnal Susanti (2012), kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Menurut Kotler (2014) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Tjiptono (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan.

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan menurut Mowen (2012) kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk.

c. Kualitas Pelayanan

Fandy Tjiptono (2014) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun.

d. Nilai Pelanggan

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan kombinasi kualitas, pelayanan, harga dari suatu penawaran produk. Dan menurut Best dalam (Sumarwan, dkk; 2010) nilai pelanggan merupakan *benefit* yang diperoleh pelanggan dikurangi biaya pembelian. Berdasarkan konsep ini, nilai pelanggan bersumber dari *benefit* ekonomi, *benefit* pelanggan, dan *benefit* emosional. *Benefit* ekonomi bersumber dari

keunggulan harga dan biaya selain harga pembelian seperti biaya akuisisi, penggunaan kepemilikan, pemeliharaan, dan perbaikan serta biaya pembuangan.

e. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- H2 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- H3 Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN/DEMENSI PENELITIAN

a. Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian eksplanatory, yaitu penelitian untuk menguji pengaruh antar variabel

b. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini konsumen IndiHome di Semarang mencapai sekitar 94.000 pelanggan (menurut data witel Semarang tahun 2017). Sampel dalam penelitian ini adalah 99 responden sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

c. Identifikasi variabel

- 1) Variabel Independen (X) dalam penelitian ini meliputi : Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan *Customer Value* (X_3)
- 2) Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y)

d. Instrumen Penelitian

- 1) Kualitas Produk meliputi Keistimewaan, Kesesuaian dan Estetika
- 2) Kualitas Pelayanan meliputi Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati
- 3) *Customer Value* meliputi Nilai Kinerja Produk, Nilai Pelayanan, Nilai Harga
- 4) Kepuasan Pelanggan meliputi Konfirmasi Harapan, Pembelian Ulang dan Ketidakpuasan konsumen.

e. Prosedur & Analisa Data.

Prosedur pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dituangkan dalam skala Linkert yaitu 1 s/d 5. Analisis data menggunakan uji instrument yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan model regresi linear serta pembahasan yang telah dilakukan tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang

Kualitas produk adalah kemampuaan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas mempunyai peranan penting baik dipandang dari sudut konsumen yang bebas memilih tingkat mutu atau dari sudut produsen yang mulai memperhatikan pengendalian mutu guna mempertahankan dan memperluas jangkauan pemasaran. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan. Dari hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap 99 responden yang merupakan konsumen IndiHome PT Telkom Semarang. Nilai signifikansi sebesar 0,58 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diterima. Kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapatkan perhatian yang serius bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan menjadi pilihan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan salah satunya. Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan puas jika harapannya terpenuhi.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang

Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan. Kualitas layanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima secara nyata. Dari hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap 99 responden yang merupakan konsumen IndiHome PT Telkom Semarang. Nilai signifikansi sebesar 0,951 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diterima. Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Karena dalam jangka panjang dari ikatan hubungan tersebut perusahaan dapat memahami harapan konsumen lebih baik dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

c. Pengaruh *Customer Value* terhadap Kepuasan Konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang

Nilai pelanggan merupakan penilaian keseluruhan konsumen terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. Konsep nilai pelanggan memberikan gambaran tentang pelanggan suatu perusahaan, mempertimbangkan apa yang mereka inginkan, dan percaya bahwa mereka memperoleh manfaat dari suatu produk. Dari hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap 99 responden yang merupakan konsumen IndiHome PT Telkom Semarang. Nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer value* terhadap kepuasan konsumen diterima. Nilai pelanggan atau *customer value*, dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan merupakan perbandingan antara manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dengan apa yang mereka korbankan untuk mendapatkan atau mengonsumsi suatu produk

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yang mana hanya ada satu obyek saja yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan obyek penelitian yang lebih luas, atau dapat pula menggunakan studi komparatif antara 1 obyek dengan obyek yang lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan *customer value* terhadap kepuasan konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang, disimpulkan bahwa: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang, *Customer value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang. Konsep pelayanan jasa yang ditawarkan PT Telkom Semarang dengan menyediakan berbagai fasilitas, pelayanan, kemudahan, keamanan, dan lain sebagainya yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi para konsumen IndiHome, sehingga hal tersebut membuat konsumen IndiHome di PT Telkom Semarang menjadi puas atas layanan PT Telkom Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Susanti.2012. **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Tembalang, Semarang).***Skripsi*. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Bahtiar.2011. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo*.Dinamika Sosial Ekonomi Vol 7 No.1
- Kotler. 2014. *Principle of Marketing*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Tjiptono. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotlerdan Amstrong. 2014. *Principle of Marketing*, 12th Edition. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotlerdan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajemen*, 15th Edition, Pearson Education. Inc.

Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.

Kotler. 2016. *Marketing Manajement, 15th Edition Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: Erlangga.

Kotlerdan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta. Erlangga.

Sumarwan, dkk. 2010. *Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing &Pebgukurab Kinerja)*. IPB Press. Bogor.

Arikunto, S.2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT RinekaCipta.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Augusty Ferdinand. 2011, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferry Rostya Adi Albertus.2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang).Skripsi*. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Iqbal Al Mubarak Luqman.2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House Yogyakarta).Skripsi*. Yogyakarta. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Khusaini Ahmad.2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta).Skripsi*. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.

Tiur Safitri Wulan.2017. *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Kendari.Skripsi*. Kendari. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo.