

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI GOJEK DI MAGELANG

Wahid Putro Nugroho^{1*}, Sintia Wulansari², Chaerotul Inayah³, Veni Soraya Dewi⁴

^{1,2,4}Akuntansi/Fakultas Ekonomi dan Bisnis/³PG-PAUD/Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan/
^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

* email: wahidputro123@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i2.2811>



ABSTRACT

Keywords:
Price; Service
Quality;
Customer
Satisfaction;
Relationship;
Online
Transportation

Technological progress is increasingly felt by all circles, such as product services (Go Box, Go Ride, Go Shop, and Go Food) produced by PT. Gojek Indonesia. But there are still customers complain to PT. Gojek Indonesia related service provided. The purpose of this study is to find out how much satisfaction is received by customers for the price affordability and services provided by PT. Gojek Indonesia in Magelang. Data collection techniques in this study used random sampling techniques. The samples taken in this study were senior high school/vocational high school, college student, employee, and general public with 120 respondents. Analysis and testing of hypotheses using multiple linear regression. This study provides results that customer satisfaction can be influenced by price and service quality provided by PT. Gojek Indonesia in Magelang.

ABSTRAK

Article Info:
Submitted:
10/08/2019
Revised:
22/10/2019
Published:
31/10/2019

Kemajuan teknologi semakin dirasakan oleh semua kalangan, seperti layanan produk (*Go Box, Go Ride, Go Shop, dan Go Food*) yang dihasilkan oleh PT. Gojek Indonesia. Namun masih ada pelanggan gojek yang mengeluh terhadap PT. Gojek Indonesia terkait layanan yang diberikan. Maksud dari penelitian ini adalah dapat mengetahui seberapa besar kepuasan yang diterima oleh pelanggan terhadap keterjangkauan harga dan layanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia di Magelang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pelajar SMA/SMK, mahasiswa/i, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum dengan jumlah responden sebanyak 120 orang. Analisis dan pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Penelitian ini memberikan hasil bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia di Magelang.

PENDAHULUAN

Dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang dimiliki oleh Negara Indonesia, membuat para pelaku bisnis dan penikmat produk-produk yang didapatkan secara *online* semakin mudah dijangkau. Seperti halnya produk yang dihasilkan dari perusahaan jasa

transportasi gojek *online* yang sudah banyak dikenal oleh semua kalangan. Kemajuan teknologi informasi tersebut dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas, karena perusahaan yang ikutserta dalam kompetisi haruslah memiliki strategi yang tepat agar pelanggan dapat merasakan kepuasan yang maksimal (Maulana, 2016). PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi yang mulai beroperasi di Provinsi Jakarta sejak tahun 2011. Gojek tumbuh sebagai *startup* yang menjanjikan di ibukota dan sekarang sudah merambah di kota-kota besar di Indonesia (Fachrurrozy dan Rachmawati, 2017). Gojek tidak hanya menawarkan jasa penjemputan atau angkutan saja, tetapi juga menawarkan layanan pengantaran barang atau *Go-Box*, layanan untuk berbelanja atau *Go-Shop*, layanan jasa kurir makanan dan minuman atau *Go-Food* dan masih banyak layanan-layanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia (Mar'ati dan Sudarwanto, 2016).

Penentuan harga yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia bervariasi, yaitu mengacu pada jarak tempuh yang nantinya akan dilalui (Sintya *et. al*, 2018). Gojek merupakan bisnis yang bergerak dibidang jasa atau pelayanan, maka kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen harus baik agar konsumen bisa merasakan puas. Kualitas layanan sangatlah penting karena akan menentukan keberlanjutan usaha PT. Gojek Indonesia ini. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi ini, banyak ojek *online* serupa dengan kualitas pelayanan yang beragam, sehingga persaingan bisnis semakin ketat, maka dengan itu Gojek semakin meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen semakin terpuaskan (Fachrurrozy dan Rachmawati, 2017). Kepuasan merupakan hasil dari kinerja atau fungsi dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh seseorang baik perasaan senang maupun kecewa (Kotler, 2003:138). Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara perasaan senang atau sedih yang didapat dari hasil baik dari suatu produk maupun harapan-harapan lain (Saladin, 2003:9).

Peneliti mempunyai tujuan dan motivasi untuk menggali lebih dalam dan memberikan verifikasi terhadap penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan keterjangkauan harga dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan oleh PT. Gojek Indonesia. Fenomena yang terjadi adalah masih ada konsumen yang mengeluh dengan kualitas pelayanan gojek, seperti: pemesan ojek *online* yang menunggu lama ketika pemesanan *driver* sudah dilakukan, sering adanya gangguan pada server yang membuat loading terlalu lama, dan lain-lain. Berita di peroleh dari sumber: www.keluhan-gojek.ojekgratis.com. Alasan peneliti mengambil objek penelitian di Kota dan Kabupaten Magelang, karena Gojek di Magelang sudah mendominasi dan pemakai jasa Gojek

bukan hanya dari kalangan pekerja, namun semua kalangan bisa memakai jasa transportasi Gojek seperti pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum lainnya.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Sintya, *et. al* (2018) menguji hubungan antara harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi *Go-Jek*, menyimpulkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fachrurrozy dan Rachmawati (2017); Rifaldi, *et. al* (2016); Kurniati dan Oktarina (2018) menguji analisis kualitas pelayanan pada Gojek yang memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan yang diterima oleh pelanggan PT. Gojek Indonesia.

Penelitian ini mengambil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sintya, *et. al* (2018). Perbedaan **pertama** dari penelitian sebelumnya adalah tempat pengambilan data di Kota Magelang, alasannya karena sudah banyak yang menggunakan jasa Gojek. Perbedaan yang **kedua** terkait dengan responden, selain mahasiswa/i peneliti juga mengambil data dari pelajar SMA/SMK, karyawan perusahaan dan masyarakat umum, alasannya agar penelitian ini dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang lebih luas. Perbedaan yang **ketiga** adalah pengambilan data pada tahun 2019, alasannya agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan harga dan pelayanan yang terbaru.

METODA PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Peneliti menggunakan populasi pengguna Gojek (seperti *Go Box*, *Go Ride*, *Go Shop*, dan *Go Food*) yang berada di Magelang kurang lebih 500.000 pengguna. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *random sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden meliputi pelajar SMA/SMK, mahasiswa/i, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum.

Definisi Operasional

1) Harga (H)

Harga adalah suatu ukuran moneter yang harus dibayarkan oleh pelanggan atau konsumen kepada suatu penyedia layanan untuk mendapatkan barang atau jasa (Kurniati dan Oktarina, 2018). Variabel ini akan diukur menggunakan lima skala ordinal. Indikator dari harga dalam penelitian ini adalah:

- a. Keterjangkauan harga

2) Kualitas Layanan (KL)

Kualitas pelayanan adalah semua aktivitas atau kegiatan yang diberikan untuk memenuhi harapan-harapan yang diinginkan oleh pelanggan (Kurniati dan Oktarina, 2018). Variabel ini akan diukur menggunakan lima skala ordinal. Indikator dari kualitas layanan dalam penelitian adalah:

- a. Layanan fisik
- b. Keandalan pelayanan
- c. Daya tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

3) Kepuasan Pelanggan (KP)

Faktor terpenting dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah pola berfikir pelanggan terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan dan penetapan harga (Kurniati dan Oktarina, 2018). Variabel ini akan diukur menggunakan lima skala ordinal. Indikator dari kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah:

- a. Kredibilitas
- b. Kompetensi yang dirasakan
- c. Keamanan

Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur pernyataan kuesioner yang dibuat oleh peneliti, pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dapat mengungkapkan semua yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2018:51).

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk dalam penelitian, kuesioner dikatakan handal apabila jawaban dari responden konsisten dari satu waktu ke waktu yang lain (Ghozali, 2018:45).

Metoda Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hasil hipotesis akhir. Analisis akan dilakukan dengan menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics* versi 25.0 sumber Ghozali (2018).

Persamaan matematis dalam penelitian ini:

$$KP = \alpha + \beta_1 H + \beta_2 KL + e$$

Keterangan

- Y = Kepuasan Pelanggan
 α = Konstanta
 β_1, β_2 = Koefisien arah regresi
H = Harga
KL = Kualitas Layanan
e = Standar *Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 responden meliputi pelajar SMA/SMK, mahasiswa/i, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum. Teknik *random sampling* digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data yang akan diolah.

Statistik Deskriptif

Hasil pengujian statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	120	1,0	5,0	3,955	0,4319
Kualitas Layanan	120	1,0	5,0	3,925	0,4221
Kepuasan Pelanggan	120	1,0	5,0	3,963	0,3960

Sumber: data yang diolah, 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa *mean* harga sebesar 3,955, kualitas layanan sebesar 3,925 dan kepuasan pelanggan 3,963 menunjukkan bahwa pelanggan Gojek memberikan respon positif terhadap PT. Gojek yang ada di Magelang. Standar deviasi sebesar 0,4319, artinya rata-rata perbedaan terhadap nilai *mean* harga pada 120 responden adalah sebesar 0,4319. Standar deviasi sebesar 0,4221, artinya rata-rata perbedaan terhadap nilai *mean* kualitas layanan pada 120 responden adalah sebesar 0,4221. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,3960, artinya rata-rata perbedaan terhadap nilai *mean* kepuasan pelanggan pada 120 responden adalah sebesar 0,3960.

Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Pengujian Validitas

	H	KL	KP
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,684	0,821	0,743
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	60,167	256,469
	df	6	28
	Sig.	0,000	0,000

Sumber: data yang diolah, 2019

Tabel 2 menunjukkan bahwa Nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* > 0,50 dan nilai signifikansi < 0,05. Penelitian ini menggunakan indikator *factor loading*, hasil pengujian menunjukkan bahwa konstruk sudah memenuhi syarat yaitu nilai *factor loading* > 0,50, sehingga kuesioner dapat dikatakan sah atau valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
Harga	0,703	Reliabel
Kualitas Layanan	0,816	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,753	Reliabel

Sumber: data yang diolah, 2019

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Menurut standar Nunnally (1967) Uji Reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Maka semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, sehingga dapat dilanjutkan ke penelitian selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	1,212	3,397	0,001
Harga	0,346	4,402	0,000
Kualitas Layanan	0,337	4,521	0,000

Sumber: data yang diolah, 2019

Dengan persamaan secara matematis atau regresi sebagai berikut:

$$KP = 1,212 + 0,346H + 0,337KL + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai konstanta mempunyai nilai sebesar 1,212 artinya jika Harga (H) dan Kualitas Layanan (KL) dalam keadaan tetap atau bernilai nol (0), maka nilai Kepuasan Pelanggan (KP) adalah sebesar 1,212.
- b. Koefisien regresi untuk Harga (H) adalah sebesar 0,346 artinya jika Harga (H) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (KP) sebesar 0,346.
- c. Koefisien regresi untuk Kualitas Layanan (KL) adalah sebesar 0,337 artinya jika Kualitas Layanan (KL) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (KP) sebesar 0,337.

Uji Hipotesis

Hasil uji *adjusted R square* dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,326	0,315

Sumber: Data yang diolah, 2019

Hasil uji *Adjusted R²* pada Tabel 5 sebesar 0,315 (31,5%) variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi Harga dan Kualitas Layanan. Sedangkan sisanya (100% - 31,5% = 68,5%) dijelaskan oleh faktor-faktor yg lain diluar model.

Hasil uji *goodness of fit* dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Statistik F

Model	F	Sig.
1	28,351	0,000

Sumber: Data yang diolah, 2019

Hasil uji F yang terdapat pada Tabel 6 menunjukkan derajat kebebasan pembilang $df = k$ & derajat kebebasan penyebut $df = n - k - 1$ dimana k adalah jumlah variabel bebas. Maka df_1 adalah 2 dan df_2 adalah $120 - 2 - 1 = 117$. Tabel pegujian diperoleh F hitung $28,351 > F$ tabel 3,07 dan probabilitas/nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka regresi model penelitian ini layak digunakan/bagus, artinya dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Hasil uji statistik t dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7
Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients	t Hitung	t Tabel	Sig.	Ket.
Harga	0,346	4,402	1,6578	0,000	H1 diterima
Kualitas Layanan	0,337	4,521	1,6578	0,000	H2 diterima

Sumber: Data primer diolah, 2019

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 7 didapatkan derajat kebebasan $df = n - 1$ dimana $n =$ jumlah sampel, maka df adalah $120 - 1 = 119$. Nilai t_{hitung} untuk variabel Harga sebesar $4,402 > t_{tabel} = 1,6578$ dan signifikan pada $0,000 < 0,05$, maka H_1 : Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan diterima. Menurut Sintya, *et. al.* (2018) penentuan harga yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia bervariasi, yaitu mengacu pada jarak tempuh yang nantinya akan dilalui. Harga merupakan produk atau jasa yang harus dibayar atau dikorbankan oleh pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2014:76). Harga adalah sesuatu yang harus dikorbankan demi mendapatkan suatu produk dan jasa (Lupiyoadi, 2013:92). Kepuasan merupakan hasil dari kinerja atau fungsi dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh seseorang baik perasaan senang maupun kecewa (Kotler, 2003:138). Hasil pengujian tersebut mengimplikasikan bahwa Harga yang ditentukan oleh PT. Gojek Indonesia dapat dijangkau oleh semua kalangan, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin meningkat.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 7 didapatkan derajat kebebasan $df = n - 1$ dimana $n =$ jumlah sampel, maka df adalah $120 - 1 = 119$. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Layanan sebesar $4,521 > t_{tabel} = 1,6578$ dan signifikan pada $0,000 < 0,05$, maka H_2 : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan diterima. Menurut Fachrurrozy dan Rachmawati (2017) kualitas layanan sangatlah penting karena akan menentukan keberlanjutan usaha PT. Gojek Indonesia ini. Menurut Tjiptono (2001) kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan terhadap realisasi layanan yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Arianto (2018) kualitas layanan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dan harapan yang diimbangi dengan kesesuaian dari pelanggan. Kepuasan merupakan hasil dari kinerja atau fungsi dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh seseorang baik perasaan senang maupun kecewa (Kotler, 2003:138). Hasil pengujian tersebut mengimplikasikan bahwa semakin bagus Kualitas Layanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia kepada konsumen atau pengguna jasa, maka perasaan puas akan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dihasilkan dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan variabel Harga dan Kualitas Layanan dalam menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 31,5%, sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara positif oleh keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Gojek Indonesia kepada konsumen atau pelanggan di Magelang.

Saran bagi peneliti-peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen seperti nilai pelanggan, promosi, citra merek atau menambahkan variabel kontrol agar hasil penelitian yang diperoleh lebih beragam. Dengan adanya penambahan variabel independen atau kontrol dapat meningkatkan kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen (*Adjusted R Square*) pada pengujian koefisien determinasi. Selain itu, memasukkan *Go Car*, *Go Pulsa*, *Go Send*, *Go Mart*, *Go Clean*, dan layanan Gojek lainnya yang dalam penelitian ini belum digunakan sehingga hasilnya lebih mewakili seluruh layanan yang ada di Gojek.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1 (No. 2), Hal. 83-101. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/download/856/715>
- Fachrurrozy, M., & Rachmawati, I. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Gojek Bandung Analysis of Service Quality At Gojek Bandung. *E-Proceeding Of Management*, Vol. 4 (No. 3), Hal. 2506-2510.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hostgator. (2018). Keluhan dan Saran untuk GO-JEK. Retrieved November 11, 2018, from <http://www.keluhan-gojek.ojekgratis.com/>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Mangement* (11th Editi). New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (Edisi 12). Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, & Oktarina, T. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan UMKM*, Vol. XVI (No. 1), Hal. 146-150. Retrieved from <http://eprints.binadarma.ac.id/id/eprint/3896>

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Goejk di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 3 (No. 3), Hal. 1-12. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/15757>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7 (No. 2), Hal. 113-125.
- Nunnally, J. (1967). *Psychometric Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa / I, Vol. 13 (No. 2), Hal. 121-128. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/epi.v13i2.819>
- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran* (Cetakan ke). Bandung: Linda Karya.
- Sintya, L. I., Lopian, S. L. H. . J., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 (No. 3), Hal. 1778-1787.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (Edisi Pert). Yogyakarta: Andi Ofset.