



PENGARUH KUALITAS JASA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME

Andre Surya Jaya

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta-Indonesia

Email: andre.mcglory@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor penting yang dapat dilihat sebagai penentu majunya suatu negara. Salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam satu dekade terakhir adalah Internet. Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, pengguna Internet di dunia diperkirakan mencapai 3,6 miliar di tahun 2018. Pengguna Internet di Indonesia di tahun 2016 telah mencapai 132,7 juta orang berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia. Salah satu penyedia layanan Internet dan TV Interaktif adalah IndiHome. Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dan dimensi-dimensi dari kualitas jasa, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung jurnal dan penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengolahan data menggunakan SPSS 23.0. Kuesioner disebar secara online sebanyak 120 responden yang menggunakan IndiHome. Output yang dihasilkan SPSS menunjukkan bahwa kualitas jasa dan citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan penelitian ini adalah pelanggan IndiHome merasa tidak puas atas Kualitas Jasa dan Citra Merek yang diberikan oleh IndiHome.

Kata Kunci: *Servqual, Brand Image, Customer Satisfaction*

Abstract

Technology advancement is one of the important factor that can be seen as a determinant of a nation's development. One of the fastest growing technologies in the last decade is the Internet. According to market research institute e-Marketer, Internet users in the world is estimated to reach 3.6 billion in 2018. Internet users in Indonesia in 2016 has reached 132.7 million people based on a survey conducted by the Association of Internet Network Providers Indonesia. One of the Internet service and Interactive TV provider is IndiHome.. The theory used in this research are the definition and dimensions of service quality, brand image, and customer satisfaction. This study is supported by previous journals and research. This study uses questionnaires for data collection and sampling using non probability sampling with judgment sampling technique. The procedure used for data processing is SPSS 23.0. The questionnaire was distributed online by 120 respondents using IndiHome. The output produced by SPSS shows that the service quality and



brand image have a positive impact on customer satisfaction. The conclusion of this study is IndiHome customers are not satisfied with the Service Quality and Brand Image provided by IndiHome.

Keywords: *Servqual, Brand Image, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, pengguna Internet di dunia diperkirakan mencapai 3,6 miliar di tahun 2018. Di Indonesia sendiri, sebagai negara dengan penduduk yang semakin menyadari akan pentingnya teknologi, pertumbuhan pengguna Internet terus naik. Pengguna Internet di Indonesia di tahun 2016 telah mencapai 132,7 juta orang berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia. Jumlah tersebut sudah melebihi dari setengah jumlah penduduk Indonesia yaitu 256,2 juta orang. Angka tersebut naik sebesar 51,8% jika dibandingkan dengan tahun 2014. Namun, penetrasi Internet tersebut mayoritas berada di pulau Jawa. Naiknya pengguna Internet di Indonesia tersebut disebabkan oleh perkembangan infrastruktur dan kemudahan dalam mendapatkan smartphone. Angka tersebut menempatkan Indonesia di peringkat ke-6 di dunia dalam hal jumlah pengguna Internet.

Salah satu penyedia layanan Internet dan TV Interaktif adalah IndiHome. IndiHome merupakan salah satu layanan dari Telkom Group yang resmi diluncurkan pada tahun 2015.

Di tahun 2016, IndiHome pernah diselidiki oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang menemukan indikasi bahwa ada dua masalah. Masalah pertama adalah adanya dugaan praktik product tying, yang berarti praktik menjual satu produk atau layanan sebagai tambahan wajib untuk pembelian suatu produk atau jasa yang berbeda. Kedua adalah soal penyalahgunaan posisi dominan Telkom yang menguasai pasar jasa *fixed line* (PSTN).

Selain itu, ada juga dugaan lain bahwa program IndiHome Triple Play dilakukan dengan cara melanggar prinsip persaingan sehat dan berdampak penurunan pangsa pasar pelaku usaha saingan. IndiHome juga pernah diprotes konsumen karena penerapan kebijakan *fair usage policy* (FUP) dan adanya gangguan yaitu koneksi yang lambat dan beberapa pengguna yang tidak dapat terhubung ke Internet yang disebabkan oleh putusnya kabel serat optik yang menghubungkan Jakarta dengan Batam. Hal ini dikonfirmasi melalui akun resmi Facebook TelkomCare. Di tahun 2017, IndiHome juga sempat mengalami gangguan massal yaitu para pengguna yang tidak bisa terhubung ke Internet dan koneksi yang lambat yang tidak ditampik oleh Vice President Corporate Communication Telkomsel.

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang ingin dijawab oleh peneliti, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan IndiHome?
2. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan IndiHome?



TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Jasa

Menurut Kotler & Keller dalam Tjiptono (2014:26) jasa didefinisikan sebagai “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik).

Definisi Kualitas Jasa

Menurut Parasuraman et al dalam Tjiptono (2014:271) kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa”. Menurut Gronroos (1990) yang dikutip oleh Tjiptono (2014:268) terdapat dua dimensi utama untuk mengukur kualitas jasa yaitu *technical quality & functional quality*.

Definisi Citra Merek

Menurut Aaker dalam Sangadji & Sopiah (2013:327) citra merek adalah “seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Menurut Biel’s dalam Jurnal Kurnawati et al (2014) terdapat tiga dimensi citra merek yaitu citra perusahaan, citra produk dan citra pemakai.

Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller dalam Tjiptono (2014:354) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Hubungan Kualitas Jasa dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016:119) Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

H1 : Kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

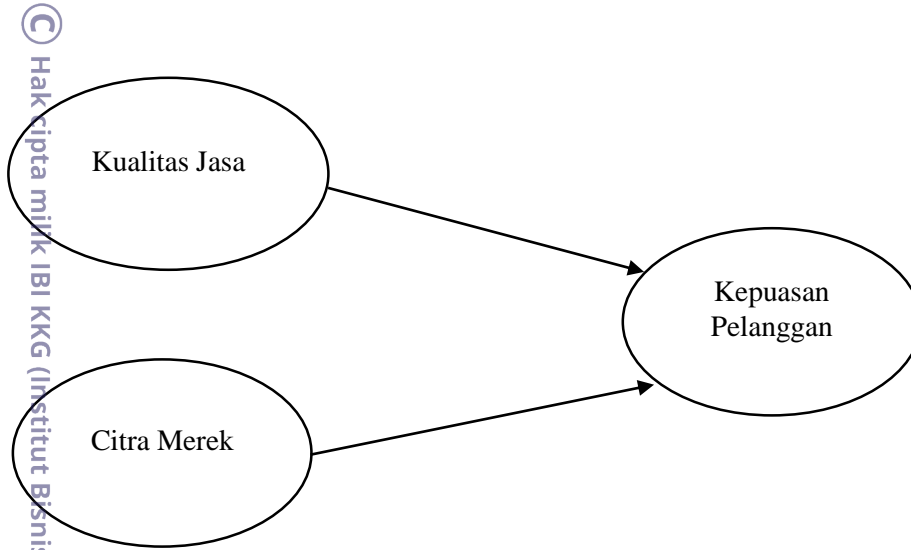
Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2016:323) suatu merek yang kredibel memberi isyarat tingkat kualitas sehingga konsumen yang puas dapat memilih produk lagi dengan mudah. Citra merek merupakan kunci dalam menentukan harapan konsumen, selain itu citra juga dapat menjadi suatu strategi dalam memenuhi maupun melampaui harapan konsumen.

H2 : Citra Merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.



KERANGKA PEMIKIRAN



METODE PENELITIAN

Dalam rangka mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari individu yang menggunakan jasa Internet IndiHome, dengan cara mengajukan pertanyaan yang bersifat tertutup kepada subjek penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah *non probability sampling*. Metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* yaitu sample non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah individu yang menggunakan Internet IndiHome, sehingga penyebaran kuisisioner terarah pada kriteria tersebut.

VARIABEL PENELITIAN

Tabel 1
Pengukuran Variabel Kualitas Jasa

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Jasa Menurut Gronroos (1990) yang dikutip oleh Tjiptono (2014:268)	<i>Technical Quality</i>	Kecepatan akses <i>download & upload</i> sesuai	Interval
		Akses Internet IndiHome tetap dapat diandalkan tidak terpengaruh dengan kondisi cuaca apapun	Interval



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau membuat terjemahan, parafrase, atau ringkasan tanpa mencantumkan sumber; dan/atau mempergunakan karya tulis tersebut untuk tujuan komersial atau kepentingan pribadi tanpa izin IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		Jaringan Internet <i>fiber optic</i> IndiHome stabil untuk menunjang berbagai aktivitas seperti browsing, streaming, bermain game online dll	Interval
	<p><i>Functional Quality</i></p>	Teknisi tepat waktu saat melakukan instalasi untuk koneksi Internet	Interval
		Telkom Care dan Contact Center 147 cepat dalam menangani keluhan pelanggan	Interval
		Telkom Care dan Contact Center 147 mudah untuk dihubungi	Interval

Tabel 2
Pengukuran Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p>Citra Merek Menurut Biel's dalam Jurnal Kurniawati et al (2014)</p>	Citra Perusahaan	IndiHome memiliki reputasi yang baik	Interval
	Citra Produk	Layanan IndiHome lebih unggul di bandingkan dengan pesaing	Interval
		IndiHome menggunakan teknologi yang canggih	Interval
		IndiHome menawarkan banyak pilihan layanan	Interval
	Citra Pemakai	Saya bangga menggunakan IndiHome	Interval
		Saya senang menggunakan IndiHome	Interval



Tabel 3
Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan Menurut Tjiptono (2015:53)	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	Saya puas dengan layanan IndiHome	Interval
	Konfirmasi Ekspektasi	IndiHome memenuhi harapan saya	Interval
	Kesediaan Untuk Merekomendasi	Saya bersedia untuk merekomendasikan IndiHome	Interval

TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan seperti :

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dikatakan valid apabila Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3, Koefisien korelasi product moment $> r\text{-tabel}(\alpha; n-2)$ $n =$ jumlah sampel, dan Nilai $\text{sig} \leq \alpha$ (Syofian Siregar, 2016:77).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,6$ (Syofian Siregar, 2015:87).

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data.

3. Skala Likert

Skala likert didesain untuk melihat seberapa kuat subjek setuju dan tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Respon terhadap sejumlah hal yang berkaitan dengan konsep



atau variabel tertentu, kemudian disajikan kepada tiap responden. Ini adalah skala interval dan perbedaan dalam respon antara dua titik pada skala tetap sama.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Harus terpenuhinya asumsi klasik agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya.

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan SPSS 23.0 Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner dengan total akhir sebanyak 120 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah sehingga dapat disajikan sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Kualitas Jasa

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	19.9639	23.937	.663	.862
X2	20.0556	22.889	.650	.863
X3	19.9389	23.271	.673	.860
X4	20.4389	23.069	.578	.874
X5	20.2139	22.094	.693	.858
X6	19.8889	24.049	.516	.881
XT	20.0833	22.682	1.000	.830

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	7

©

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel Citra Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	19.9808	25.149	.734	.928
Y2	20.2142	24.039	.772	.925
Y3	19.8308	26.490	.726	.929
Y4	19.9142	25.106	.684	.933
Y5	20.3975	23.831	.822	.920
Y6	20.1642	23.363	.822	.920
XY	20.0833	24.346	1.000	.907

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	7

Variabel Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1	9.5835	9.182	.886	.930
Z2	9.8002	9.294	.853	.940
Z3	9.7918	9.266	.784	.963
XZ	9.7250	9.041	1.000	.897

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	4

Sumber : Hasil output SPSS 23

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel Kualitas Jasa, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan tidak ada yang dibuang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.40988206
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.047
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
Kualitas	.399	2,504
Jasa		
Citra Merek	.399	2,504



HASIL UJI UJI HETEROSKEDASTISITAS

©

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.381	.110		3.452	.001
	Kualitas	-.037	.049	-.110	-.755	.452
	Jasa					
	Citra Merek	.016	.047	.050	.341	.734

a. Dependent Variable: Abs_res

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00539
Cases < Test Value	60
Cases >= Test Value	60
Total Cases	120
Number of Runs	53
Z	-1.467
Asymp. Sig. (2-tailed)	.142

a. Median

Hasil Uji Keberartian Model (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.548	2	49.774	291.289	.000 ^b
	Residual	19.992	117	.171		
	Total	119.540	119			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Sig/2
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-.747	.171		-4.368	.000	
Kualitas Jasa	.458	.076	.363	6.066	.000	.000
Citra Merek	.734	.073	.602	10.064	.000	.000

Dependent Variable: y

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.833	.830	.41337

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Output SPSS 23

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Jasa dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai R square adalah sebesar 0,830 yang menunjukkan bahwa variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 83%, sedangkan sisanya 17% (100% - 83%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk di dalam model regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan terhadap temuan-temuan yang ada pada IndiHome adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran kepada IndiHome untuk memfokuskan evaluasi dan perbaikan serta peningkatan pada kualitas jasa maupun citra merek terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan yang tidak dikatakan baik



Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya menambah variabel-variabel baru dalam penelitian misalnya harga, promosi dan lain-lain atau tetap menggunakan variabel yang sama namun lebih luas cakupannya. Karena cakupan penelitian ini masih kurang luas dikarenakan hanya berfokus pada kualitas jasa Internet IndiHome saja.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David 2014. *Aaker on Branding*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hal 6

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler 2011, *Business Resarch Methods*, 11th Edition, New York: McGraw-Hill.

Kotler, Keller 2016, *Marketing Management*, 15th Edition, United States : Pearson.

Priyatno, Duwi, 2014, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Edisi Pertama, Yogyakarta : CV Andi Offset.

Sangadji, Etta. dan Sopiha 2013, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta : CV Andi Offset.

Sarjono, Haryadi. dan Winda Julianita. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Penerbit Selemba Empat.

Siregar, Syofian 2015, *Statistik paramaterik untuk penelitian kuantitaif : dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Jakarta Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy. dan Anastasia Diana 2015, *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*, Edisi Pertama, Yogyakarta : CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. Dan Gregorius Chandra, 2015. *Service, Quality, dan Satisfaction*, Yogyakarta : CV Andi Offset. Hal 6

Tjiptono, Fandy, 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hal 6



Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset. Hal 13

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.