PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOUS LES JOURS DI MALL KELAPA GADING

Jodie Moliando

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Lily Harjati, Ir., M.M.

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

ABSTRAK

Jodie Moliando / 24120123 / 2017 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading / Pembimbing: Ir. Lily Harjati, M.M.

Pertumbuhan persaingan makanan dan minuman semakin menjadi pesat, khususnya di Indonesia dengan hadirnya berbagai bisnis di bidang makanan dan minuman. Salah satu bisnis di bidang makanan dan minuman adalah Tous Les Jours yang berasal dari Korea Selatan. Tous Les Jours pertama di Indonesia resmi dibuka di daerah ibukota, Jakarta, pada tanggal 16 Desember 2011 dan sukses hingga saat ini. Oleh karena itu, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading.

Teori yang penulis gunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dan indikator-indikator yang berhubungan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Objek penelitian ini adalah Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dalam pengolahan data dan penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling.* Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistics 20.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

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.

Output yang dihasilkan SPSS Statistics 20 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan.

ABSTRACT

Jodie Moliando / 24120123 / 2017 / The Influence of Product Quality and Service Quality to Customer Satisfaction at Tous Les Jours in Kelapa Gading Mall / Advisor : Ir. Lily Harjati, M.M.

The growth of fast food restaurant becomes rapidly, especially in Indonesia with the presence some business in sector Food and Beverages. One of business in sector Food and Beverages is Tous Les Jours, who comes from South Korea. Tous Les Jours in Indonesia opens their dirst store in capital city, Jakarta on 16 December 2011 and success until now. Because of that, writer want to do research with title The Influence of Product Quality and Service Quality to Customer Satisfaction at Tous Les Jours in Kelapa Gading Mall

Theory used by writer for support this research is the definitions and indicator correlate with quality of service and customer satisfactions.

This research object is Tous Les Jours in Mall Kelapa Gading. This research used questionnaire method for data processing and non-probability sampling with judgement sampling. The procedure used to test the model and data processing is Structural Equation Modelling by using SPSS Statistics 20.

The output produced by SPSS Statistics 20 indicates that service quality is positive and significant impact on customer satisfaction.

The conclusion of this research is all hypothesis proved to have a positive and significant impact.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tous Les Jours merupakan bisnis waralaba asal Korea Selatan yang menyediakan roti dengan berbagai sajian & variasi. Tous Les Jours saat ini menjadi populer di kalangan pecinta roti. Menggunakan konsep French-Asian yang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

menggabungkan bahan-bahan premium terpilih, diproses secara modern dalam pembuatan produknya.

Tous Les Jours hadir di tengah masyarakat dengan beberapa jenis produk yang ditawarkan, meliputi roti, biskuit, *cake*, serta sandwich. Setiap roti diberi nama yang kreatif dan menarik sesuai dengan topping dan rasa. Hal tersebut menciptakan sebuah perbedaan sehingga pelanggan tertarik dan mudah untuk mengenali produk yang ditawarkan oleh Tous Les Jours, contohnya roti Red Bean & Custard Brioche yang menjadi roti andalan Tous Les Jours. Red Bean adalah nama untuk roti bergaya Korea, dengan isi kacang merah di dalamnya dan Custard Brioche adalah nama dari roti yang lembut berisi krim custard yang melimpah dengan taburan gula. Selain itu, terdapat varian lain yang tidak kalah menarik, seperti Milk Cream Bread, Green Tea Clover, Pain Au Cafe Mocha, Cheese Volcano, Pizza Toast, Sausage Bread, Petit Cookie, Healthy Sandwich.

Tous Les Jours memiliki beberapa pesaing: BreadTalk & Francis Artisan Bakery. BreadTalk sebagai pemain lama di dunia bakery & pastry di Indonesia, mengedepankan variasi cita rasa roti Asia yang jauh lebih banyak. BreadTalk tidak menjual *ambience* seperti yang ditawarkan Tous Les Jours, akan tetapi mengandalkan variasi rasa serta harga yang relatif murah. Francis Artisan Bakery sebagai pesaing baru TLJ merupakan salah satu retail roti *newcomer* yang cukup sukses menarik pembeli untuk mencoba produknya. Francis Artisan Bakery yang menggandeng artis Ari Wibowo sebagai *Brand Ambassador*, memiliki lebih banyak pilihan dan variasi roti dibanding Tous Les Jours, namun harga yang ditawarkan relatif lebih mahal dibanding Tous Les Jours. (sumber : http://www.tljus.com/)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Komentar-komentar positif mengenai roti Tous Les Jours ditulis oleh pelanggan yang telah menjadikan Tous Les Jours sebagai gerai roti favoritnya, pelanggan TLJ berpendapat roti varian raisin menjadi salah satu varian roti yang digemari, dan sering jika berkunjung ke mall dan melihat gerai salah satu gerainya pelanggan TLJ akan membeli 1-2 pastrinya, atau sekadar nongkrong karena tempatnya yang nyaman. Pelanggan juga bercerita tentang pengalamannya berkunjung ke gerai Tous Les Jours, mengutarakan bahwa dari sekian banyak gerai TLJ yang pernah dikunjungi, yang menjadi gerai favoritnya adalah yang berada di Senayan City karena suasananya yang nyaman dan pelanggan dapat melihat dapur untuk melihat proses pembuatan rotinya secara langsung jika duduk di deretan kursi meja paling pojok. Selain menunjukkan kalau proses pembuatannya higienis, kadang aktivitas kru dapur bisa jadi sebuah tontonan yang menarik. (sumber: https://haryoprast.com/2013/12/12/toko-roti-favorit-tous-le-jours/)

Di sisi lain terdapat komentar mengenai masalah kepuasan pada produk Tous Les Jours dan pelanggan tersebut mengutarakannya lewat akun sosial media miliknya. Pelanggan tersebut menyatakan bahwa salah satu varian rotinya cenderung mengecewakan, menyebut bahwa kualitas roti TLJ tidak seperti yang dijanjikan karena keju yang terdapat pada roti tersebut terlalu sedikit, tidak seperti yang tertera di *tagline* varian roti tersebut. (sumber: https://www.instagram.com/p/BACdcHOvk_n/)

Kepuasan pelanggan dianggap penting mengingat kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Tingkat persaingan menjadi tinggi dengan diferensiasi produk yang beragam. Untuk perusahaan, kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting untuk

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

meningkatkan keuntungan sehingga untuk dapat memenangkan persaingan maka perusahaan mulai berfokus pada peningkatan kepuasan konsumen. Kemudian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk dan kualitas layanan. Faktor tersebut yang menentukan kepuasan pelanggan terhadap Tous Les Jours.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengangkat judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading"**.

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Kualitas Produk

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:254), definisi kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap totalitas atas fitur dan karakteristik dari sebuah jasa yang ditawarkan satu pihak ke pihak lainnya, dimana pada dasarnya tidak berwujud atau tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

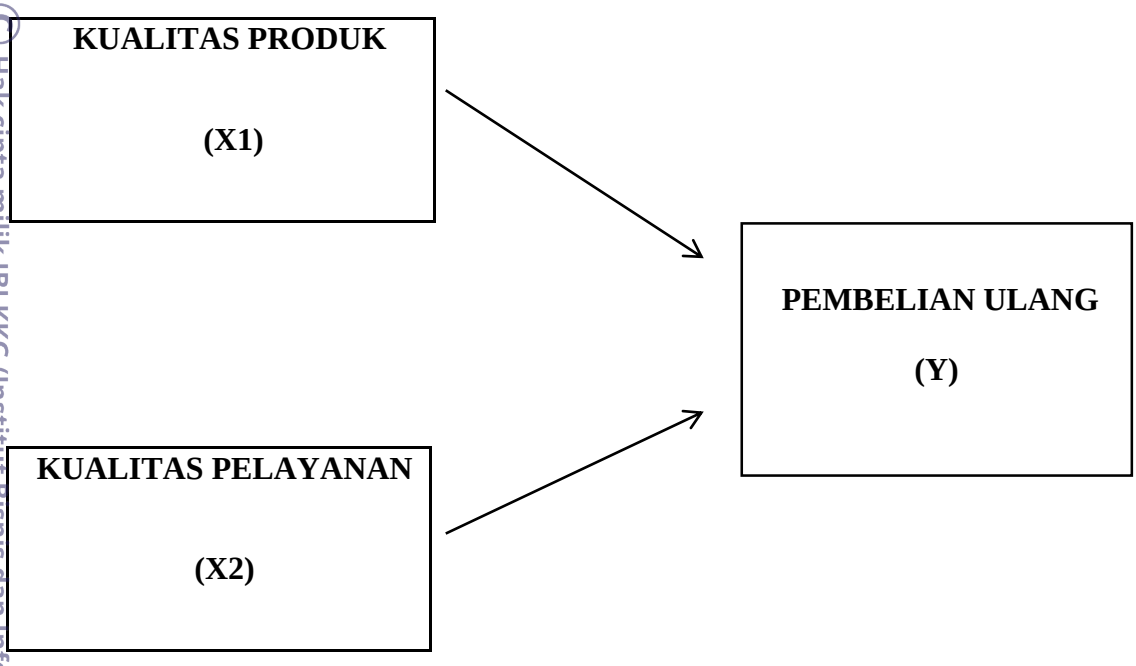
Pembelian Ulang

Ketika sebuah merk dirasakan sudah mapan dan berdasarkan percobaan dirasakan memuaskan atau lebih baik dari pada merk – merk lain, konsumen mungkin akan melakukan pembelian ulang.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitiannya adalah Tous Les Jours yang berada di Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuisioner dengan subjek penelitian yaitu para konsumen yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian Tous Les Jours Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner terhadap konsumen yang pernah mengunjungi dan mengkonsumsi Tous Les Jours Mall Kelapa Gading.

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dan kausal, studi deskriptif karena berkaitan dengan kegiatan dalam mencari tahu tentang siapa, apa, dimana, kapan dan berapa banyak. digunakan untuk menggambarkan bagaimana perilaku konsumen terhadap Tous Les Jours Mall Kelapa Gading. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tous Les Jours Mall Kelapa Gading.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara komunikasi, yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui sebuah instrument dalam bentuk kuisioner kepada responden yang berkaitan dengan penelitian.

Penulis mengukur tingkat besarnya pengaruh yang mampu diberikan variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Penlis menggunakan metode hasil uji persamaan regresi berganda.

© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

HASIL PENELITIAN

Uji Hasil Persamaan Regresi Berganda

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji keberartian model atau F variabel pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.19

Hasil Output Uji Keberartian Model (Uji F) Kualitas Produk

Annova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	561.974	1	561.974	17.506	.000[b]
	Residual	3146.026	98	32.102		
	Total	3708.000	99			

Sumber: Data Penelitian yang Diolah dengan SPSS 20, 2017

Berdasarkan hasil output pada tabel 4,19 diketahui bahwa nilai sig (0,000) < α (0,05). Artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kualitas produk secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.20

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hasil Output Uji Keberartian Model (Uji F) Kualitas Layanan

ANOVA*

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.373	1	392.373	97.740	.000[b]
	Residual	393.417	98	4.014		
	Total	785.790	99			

a. Dependent Variable KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN

Sumber: Data penelitian yang diolah dengan SPSS 20, 2017

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.20 diketahui bahwa nilai sig (0,000) < α (0,05). Artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji T)

Uji signifikansi koefisien atau t kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4.21

Hasil Output Uji Signifikansi Koefisien (Uji T) Kualitas Produk

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25036	3103		8.086	.000
KUALITAS PRODUK	.345	.082	.389	4.184	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.21, dapat diketahui penjelasan sebagai berikut :

1) Variabel Kualitas Produk (P) berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (KP). Hal ini dapat dilihat dari tabel bahwa nilai t hitung 4,184 > t tabel 2,052 dan nilai Signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05.

Tabel 4.22

Hasil Output Uji Signifikansi Koefisien (Uji T) Kualitas Layanan

Coefficients*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.814	1.260		2.234	.028
KUALITAS LAYANAN	.325	0.33	.707	9.886	.000

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data penelitian yang diolah dengan SPSS 20, 2017

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.22, dapat diketahui penjelasan sebagai berikut

Variabel Kualitas Layanan (KL) berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (KP). Hal ini dapat dilihat dari tabel bahwa nilai t hitung 9.886 > t tabel 2,052 dan nilai Signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading baik
2. Kualitas layanan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading baik
3. Responden Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading merasa puas
4. Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading.

B. Saran

1. Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading memiliki kualitas produk yang sudah cukup baik, namun Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading harus tetap mempertahankan mutu dan kualitas yang sudah terbangun dan terus melakukan inovasi untuk menjadi lebih baik lagi dan mampu bersaing dengan pesaing lain dan pendatang baru.
2. Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading memiliki kualitas layanan yang sudah cukup baik. Salah satu komponen dari kualitas layanan yaitu karyawan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan kurang baik, maka karyawan Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading harus lebih sigap dan cepat tanggap menghadapi keluhan pelanggan.

3. Tous Les Jours di Mall Kelapa Gading telah menghasilkan kepuasan pelanggan yang cukup baik, namun tetap harus dijaga dan ditingkatkan lebih baik lagi. Tous Les Jours adalah perusahaan yang bergerak di bidang *food & beverage*, sehingga kepuasan pelanggan yang dihasilkan perusahaan dapat menciptakan *Customer Loyalty dan Customer Relationship* yang positif dengan pelanggannya.
4. Salah satu komponen dari kepuasan pelanggan yaitu pelanggan akan merekomendasikan Tous Les Jours kepada keluarga / teman rendah. Oleh karena itu, Tous Les Jours harus memberikan promosi berupa promo buy 2 get 1.
5. Penulis menyarankan agar penelitian berikutnya dapat lebih baik lagi. Peneliti harus menambahkan variabel, sampel, dan lokasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Alimul Hidayat, Azis. 2009. *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data* . Jakarta: Salemba Medika

Cooper, Donald R., dan Pamela, S . Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis*, Volume 1. PT Media Global Edukasi. Jakarta

Ghozali, Imam. 2012 "*Aplikasi Analisis Multivariage dengan program IBM SPSS 20*" UNDIP

Ghozali, Imam. 2012 "*Aplikasi Analisis Multivariage dengan program IBM SPSS 20*". Edisi Ketujuh. Semarang : UNDIP

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

© 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.

Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesi Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2007). *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*, Edisi : 12, Jilid I, Jakarta : PT Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2010), *Principles of Marketing*, *Edisi ke-13*. United States: Prentice Hall

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, *Edisi ke-13*. United States: Prentice Hall

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, *Edisi ke-14*, *Global Edition*. United States: Prentice Hall

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Alfabeta, CV.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2011), *Pemasaran jasa*. Jakarta : Bayumedia

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2012), *Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta : ANDI

Website

Website resmi Tous Les Jours : http://www.tljus.com/

Toko Roti Favorit Tous Les Jours, https://haryoprast.com/2013/12/12/toko-roti-favorit-tous-le-jours/

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang, https://core.ac.uk/download/pdf/11734351.pdf

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

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

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

© 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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS