

website. :

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM>

© LPPM Universitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : jurnalmagister@gmail.com

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Toko Indomaret Cabang Gunung Raya Cirendeui

Nurosalita¹, Buchori Hasmi Nuriman²

¹⁻²Universitas Pamulang, ochakahsyaf@gmail.com Buchari_hasmi110@yahoo.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Layanan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeui, untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeui, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeui. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan (x) terhadap kepuasan pelanggan (y) yaitu nilai koefisien korelasi product moment $R_{xy} = 0,719$, Koefisien Determinasi = 51,69%, tingkat signifikan adalah $t_{hitung} 10,241 > t_{tabel} 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan (x) terhadap kepuasan pelanggan (y) di Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeui.

Keywords: Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract. This study aims to determine the Quality of Service at the Indomaret Gunung Raya Cirendeui Store, to determine Customer Satisfaction at the Indomaret Gunung Raya Cirendeui Store, and to determine how much influence Service Quality has on Customer Satisfaction at the Indomaret Gunung Raya Cirendeui Store. The results of the study are that there is a positive and significant influence between service quality (x) on customer satisfaction (y), namely the value of the product moment correlation coefficient $R_{xy} = 0.719$, the coefficient of determination = 51.69%, the significant level is t count $10.241 > t$ table 1.984 , then H_0 Rejected and H_1 is accepted, Linear Regression if (x) increases by 1% then (y) will increase by 0.60 and vice versa if (x) is decreased by 1% then (y) will decrease by 0.60 thus the quality of service at the Indomaret Gunung Raya Cirendeui Store is still in the very good (SB) category of 14.9% and good (B) 37.9% and overall is 52.8%, and customer satisfaction at the Indomaret Gunung Raya Cirendeui Store still in the category of very satisfied (SP) 12% and satisfied (P) 37.7% and overall is 49.7%. In this study there is a positive and significant influence between service quality (x) on customer satisfaction (y) at the Indomaret Gunung Raya Cirendeui Store.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis eceran yang pesat tidak lepas dari faktor meningkatnya jumlah penduduk Indonesia yang menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola perilaku belanja seseorang, dimana semakin meningkatnya taraf hidup seseorang maka tuntutan akan tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dalam suatu lokasi semakin dibutuhkan.

Tidak semua perusahaan mampu memberikan kualitas layanan yang baik karena adanya beberapa kendala dan keterbatasan yang dimiliki. Salah satu dari kendala tersebut adalah kurangnya keterampilan dan sumber daya yang dimiliki. Contohnya adalah, perdagangan ritel memegang peranan yang sangat penting, baik ditinjau dari sudut konsumen maupun dari sudut produsen. Dari sudut produsen, pedagang ritel dipandang sebagai seorang/pihak yang ahli dalam bidang penjualan produk perusahaannya. Peritellah ujung tombak perusahaan yang akan sangat menentukan laku/tidaknya produk perusahaan. Sementara jika dipandang dari sudut konsumen, pedagang ritel juga memiliki peranan yang sangat penting. Pedagang ritel bertindak sebagai agen yang membeli, mengumpulkan, dan menyediakan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan pihak konsumen.

Menyadari pentingnya mempertahankan pelanggan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu senantiasa berupaya memberikan layanan yang baik, memperhatikan nilai pelanggan, dan berusaha membangun kepuasan pada para pelanggannya sehingga pelanggan bersedia untuk terus berbelanja di Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu. Layanan yang diberikan Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu antara lain adanya karyawan yang siap sedia dengan ramah melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berikut data jumlah pelanggan Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu Selama 5 periode terakhir dari 2011-2015 sebagai berikut:

Tabel 1. Persentase Jumlah Pelanggan Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu Periode 2011 -2015

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Persentase (%)
1	2011	954.192	17,8%
2	2012	1.043.766	19,4%
3	2013	1.133.400	21,1%
4	2014	1.126.639	21,0%
5	2015	1.110.128	20,7%
TOTAL		5.368.125	100%

Sumber : Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu Tahun 2016

Dari data Tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu mengalami penurunan jumlah pelanggan. Hal tersebut teridentifikasi sejak tahun 2013 sampai tahun 2015. Dapat dilihat dari jumlah pelanggan pada tahun 2013 sebanyak 1.133.400, turun menjadi 1.126.639 pada tahun 2014, begitu juga pada tahun 2015 jumlah pelanggan mengalami penurunan kembali menjadi 1.110.128. Data di atas dapat diartikan juga bahwa terjadi penurunan kualitas pelayanan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu.

Sesuai dengan hasil temuan awal peneliti dan diskusi dengan karyawan dan pimpinan PT toko Indomaret cabang Gunung Raya Cirendeudeu, peneliti menemukan masalah-masalah, bahwa konsumen belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, kualitas yang diterima konsumen sangat rendah, faktor layanan kepada pelanggan yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga menimbulkan jumlah keluhan yang meningkat setiap tahunnya dari pelanggan.

Berikut kami tampilkan data jumlah keluhan terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan pada 5 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 2. Persentase Jumlah Keluhan Pelanggan Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu Periode 2011 -2015

No	Tahun	Jumlah Keluhan Pelanggan	Persentase (%)
1	2011	2.280	17,6%
2	2012	2.112	16,4%
3	2013	2.680	20,7%
4	2014	2.876	22,3%
5	2015	2.960	23,0%
	TOTAL	12.908	100%

Sumber : Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu Tahun 2016

Dari data di atas dapat dilihat bahwa ada jumlah peningkatan keluhan pelanggan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu pada tahun 2013 ke 2014 mengalami peningkatan dari 2.680 menjadi 2.876, begitu juga pada tahun 2015 terjadi peningkatan jumlah keluhan pelanggan menjadi 2.960.

B. KAJIAN LITERATUR

Soekarno K (2003:20) menyatakan bahwa “Manajemen adalah segenap perbuatan menggerakkan kelompok orang dan menggerakkan fasilitas dalam suatu usaha kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.”

Hermawan Kartajaya dalam Buchori Alma (2007:3) “Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari inisiator kepada *stakeholdernya*.”

Tjiptono dalam Siti Khadijah (2009:29), “Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.”

Wcstbrook dan Reilly dalam Fandy Tjiptono (2007:349), “Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.”

C. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Kualitas Layanan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu, untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu.

Teknis analisis data dalam penelitian ini, dengan menggunakan studi pustaka, kuesioner, dan wawancara dan analisis data dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji Regresi linier, uji korelasi product moment, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier

Untuk menentukan pengaruh antara kualitas pelayanan (Variabel X) dengan kepuasan nasabah (Variable Y), dinyatakan dengan rumus regresi linier sederhana.

Adapun rumus regresi linier sederhana dibawah ini:

$$Y = a+bX$$

Dalam hal ini untuk menentukan hasil regresi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \alpha &= \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \\ &= \frac{(3355)(125263) - (3473)(119350)}{100.(125263) - (3473)^2} \\ &= \frac{420257365 - 414502550}{12526300 - 12061729} \\ &= \frac{5754815}{464571} \\ &= 12,3 \\ b &= \frac{n(\sum xy) - (\sum y)(\sum x)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\ &= \frac{100(119350) - (3473)(3355)}{100(125263) - (3473)^2} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \frac{11935000 - 11651915}{12526300 - 12061729} \\ &= \frac{283085}{464571} \\ &= 0,60 \end{aligned}$$

Persamaan regresi linier sederhana dapat di susun. Persamaan regresi nilai kualitas pelayanan dan nilai rata-rata kepuasan pelanggan tertentu tiap bulan adalah sebagai berikut:

$$Y = 12,3 + 0,60 X$$

Artinya jika X dinaikan 1% maka Y akan naik 0,60 dan sebaliknya jika X di turunkan sebesar 1% maka Y akan turun sebesar 0,60 .

Persamaan regresi yang telah ditemukan itu dapat di gunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) bagaimana individu dalam variable dependen (y) akan terjadi bola individu dalam variable independen (x) diterapkan. Misalnya nilai kualitas pelayanan = 100, maka nilai rata-rata kepuasannya adalah:

$$Y = 12,3 + 0,60 \cdot 100 = 72,3$$

Jika diperkirakan nilai rata-rata kepuasan pelanggan tiap bulan sebesar 12,3. Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa, bila nilai kualitas pelayanan bertambah 1, maka nilai rata-rata kepuasan pelanggan tiap bulan akan bertambah 0,60 atau setiap nilai kepuasan pelanggan bertambah 10, maka nilai rata-rata kualitas pelayanan tiap bulan akan bertambah sebesar 6.

Uji Korelasi

Pengaruh kualitas layanan (x) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment*.

Diketahui :

- R_{xy} : Koefisien korelasi *Product moment*
- n : 100
- X_t : 3473 Total skor variabel independent
- Y_t : 3355 Total skor variabel independent

X_t^2 : 125263 Kuadrat total skor variabel kualitas pelayanan
 Y_t^2 : 115891 Kuadrat total skor kepuasan pelanggan
 $X_t.Y_t$: 119350 Jumlah perkalian butir skor x dan y

$$\begin{aligned}
 R_{xy} &= \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)\} \cdot \{(n \sum y^2 - (\sum y)^2)\}}} \\
 &= \frac{100.119350 - (3473)(3355)}{\sqrt{100.125263 - (3473)^2} \cdot \sqrt{100.115891 - (3355)^2}} \\
 &= \frac{11935000 - 11651915}{\sqrt{12526300 - 12061729} \cdot \sqrt{11589100 - 11256025}} \\
 &= \frac{283085}{\sqrt{464571} \cdot \sqrt{333075}} \\
 &= \frac{283085}{\sqrt{154736985825}} \\
 &= \frac{283085}{393366,2235} = 0,719
 \end{aligned}$$

Tabel 3. Pedoman Korelasi *Product Moment*

No	Intervas koefisien	Tingkat hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0.60 – 0.799	Kuat
5	0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiono (2011 : 250)

Setelah menginterpretasikan hasil korelasi yang di dapat dengan pedoman korelasi, ternyata R_{xy} 0,719 masuk kedalam interval kuat, yang artinya terdapat pengaruh yang kuat antara kualitas layanan (x) terhadap kepuasan pelanggan (y) pada Indomaret Gunung Raya .

Uji Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \cdot 100\%$$

(Sumber : Sugiono , 2011:215)

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = 0,719 Koefisien korelasi

KD = $0,719^2 \times 100\%$

= $0,5169 \times 100\%$

= 51,69%

Dari perhitungan koefisien determinasi diketahui KD sebesar 51,69% yang artinya kualitas pelayanan mempunyai kontribusi 51,69% terhadap kepuasan pelanggan dan 48,31% sisanya kepuasan pelanggan di pengaruhi faktor lain.

Uji Hipotesis

Langkah – langkah dalam pengujian hipotesis:

Menentukan taraf signifikan

Dalam menentukan taraf nyata (α) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05.

- a. Taraf signifikan (α) = 5%
- b. Derajat kebebasan = $n-2 = 100 - 2 = 98$
- c. $T_{\text{tabel}} (5\% : 98) = 1,984$

Menentukan T_{hitung}

Rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiono (2011 : 250)

Diketahui :

$t = t_{hitung}$ yang di cari

$r = 0,719$ Koefisien korelasi

$n = 100$ Banyaknya sampel

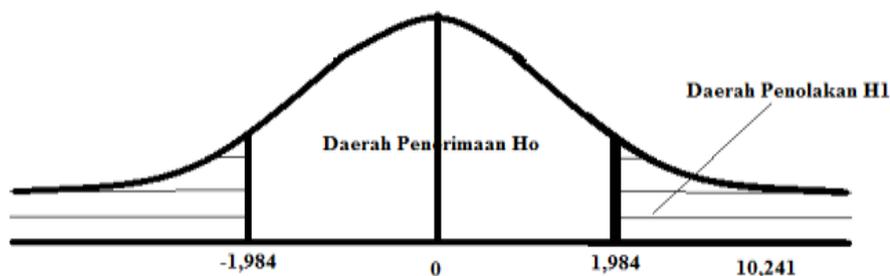
$$\begin{aligned}
 t_{hitung} &= \frac{0,719 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,719^2}} \\
 &= \frac{0,719 \sqrt{98}}{\sqrt{1-0,5169}} \\
 &= \frac{0,719 \cdot 9,9}{\sqrt{0,4831}} \\
 &= \frac{7,1181}{\sqrt{0,6950}} \\
 &= 10,241
 \end{aligned}$$

Kriteria pengambilan keputusan

- a) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ 1,984 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ 1,984 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Dari hasil perhitungan T_{hitung} di dapat hasil sebesar 10,241 yang artinya T_{hitung} 10,241 $> T_{tabel}$ 1,984 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Indomaret Gunung Raya.

Gambar daerah penerimaan dan penolakan seperti tertera pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Daerah Penerimaan Dan Penolakan

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas Layanan pada Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu secara umum dikategorikan cukup baik, penulis menyimpulkan berdasarkan hasil kuesioner yang menyatakan score tertinggi sebanyak 379 atau 37,9% memilih jawaban baik. Kemudian 317 atau 31,7% memilih jawaban Netral, 149 atau 14,9% memilih jawaban sangat baik, 106 atau 10,6% memilih jawaban tidak baik, dan 49 atau 4,9% memilih jawaban sangat tidak baik. Jadi, kualitas pelayanan pada Toko Indomaret Gunung Raya dapat dikatakan sudah terlaksana dengan baik sesuai dengan indikator yang terdapat pada penelitian ini.

Kepuasan pelanggan yang terdapat di Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu saat ini dikatakan cukup baik, penulis menyimpulkan berdasarkan hasil kuesioner yang menyatakan score tertinggi sebanyak 377 atau 37,7% memilih jawaban puas. Kemudian 315 atau 31,5% memilih jawaban Netral, 120 atau 12% memilih jawaban sangat puas, 114 atau 11,4% memilih jawaban tidak puas, dan 74 atau 7,4% memilih jawaban sangat tidak puas. Jadi, kualitas pelayanan pada Toko Indomaret Gunung Raya dapat dikatakan sudah terlaksana dengan baik sesuai dengan indikator yang terdapat pada penelitian ini.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu. $r = 0,719$, $KD = 51,69\%$, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,241 > 1,984$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian nilai hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Saran

Variabel Kualitas Layanan (X)

Pada indikator bukti fisik (*Tangible*) pada instrument pernyataan no 2 yaitu, karyawan Toko Indomaret Gunung Raya, harus berpenampilan rapi dan bersih.

Pada indikator kehandalan (*Reability*) pada instrumen pernyataan no 3 yaitu, karyawan Toko Indomaret Gunung Raya harus lebih cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan pelanggan.

Pada indikator empati (*Empathy*) pada instrumen pernyataan no 10 yaitu, karyawan Toko Indomaret Gunung Raya harus memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada dimensi informasi pada instrument no 4 yaitu, pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan Toko Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu.

Pada dimensi di dengar pada instrument no 7 yaitu, pelanggan merasa kurang terbantu di dalam memperoleh informasi mengenai kebutuhan pelayanan terhadap pelanggan.

Pada dimensi perlindungan pada instrument no 10 yaitu, pelanggan merasa kurang puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan PT. Indomaret Gunung Raya Cirendeudeu dalam memberikan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. (2010), Manajemen Pemasaran, Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran, UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- Alma, Buchori. (2001), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung
- Assauri, Sofjan. (2009), Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Prasada
- Azwar, Saifuddin. (2003), Reliabilitas dan Validitas, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Gregorius, C. (2009), Service Quality & Satisfaction, Andi, Yogyakarta
- Gulo, W. (2002), Metode Penelitian, PT. Grasindo, Jakarta.
- Handoko, (2007) , Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, BPFE Cetakan ke Empat Belas, Yogyakarta.
- Istijanto. (2009). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran : Cara Praktir Meneliti Konsumen dan Pesaing, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- K, Soekarno. (2000), Dasar-Dasar Manajemen, Penerbit Miswar, Jakarta
- Kotler, Philip dan Kaller Kevin Lane. (2009), Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua Edisi Ketiga Belas, PT. Indeks, Jakarta
- Lesmana, R., & Sunardi, N. (2021). Futuristic Leadership Through PEKA Analysis Approach. *HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 2(1).
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2009), Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta
- Nasution, (2005). Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management), Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogot
- Nitisemito, Alex. S. (2002), Manajemen Personalia. Edisi Revisi, Penerbit Gahlia, Jakarta
- Rangkuti, Freddy. (2008), Measuring Customer Satisfaction Gaining Customer Relationship Strategy, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN – JP, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Sugiyono. (2011), Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, dan R & D, Alfabet, Bandung
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Pelaksanaan Alokasi Dana Desa Terhadap Manajemen Keuangan Desa dalam Meningkatkan Efektivitas Program Desa Sejahtera Mandiri Di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 3(3), 277-288.
- Sutedjo. (2007), Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, Pustaka Reka Cipta, Bandung
- Suyanto, M. (2007). The American Marketing, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2008), Pemasaran Jasa, Bayu Media Publishing, Malang
- Umar, Husein. (2000), Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Zeithaml, Valarie A. And Mary Jo, Bitner. (2001), Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. Third Edition. North Amerika