

PENGARUH KELENGKAPAN DATA ,KETELITIAN, KECEPATAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG BATAM

Rafi Al Amin¹, Edwin Agung Wibowo²

¹²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Batam

e-mail: rafii.amin@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of data completeness, accuracy, speed on customer satisfaction. The method that I use in the preparation of this thesis is descriptive analysis method, namely the research method using interview techniques, observation, literature study, and data sources. Meanwhile, to analyze the data obtained, a comparison between the existing data in the field and the literature data is carried out, then an analysis is carried out to draw a conclusion. The population in this study is 8560 consumers using the Slovin formula, resulting in 99 samples. The results of this study significant regression coefficient or variable Data completeness affects the variable Customer satisfaction, the regression coefficient is significant or the Accuracy variable affects the consumer satisfaction variable, regression coefficient significant or variable speed affects the variable consumer satisfaction, And the ANOVA test results meaning that there is a linear relationship between the variable and the variable Data completeness, thorough an, Speed on Customer satisfaction.

Kata kunci: *Completeness Data, Accuracy, Speed, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini, suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan konsumen. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen berpindah ke jasa layanan lain. Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen.

PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembiayaan motor/leasing dan pegadaian BPKB Motor selalu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumennya. Dengan memberikan kemudahan prosedur memperoleh pembiayaan leasing dalam memiliki motor dan kebutuhan manusia akan motor, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa pembiayaan leasing.

Semakin bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa leasing dewasa ini mendorong perusahaan dibidang jasa pembiayaan, dalam hal ini adalah PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas tidak hanya volume penjualan tetapi juga kepuasan jangka panjang bagi konsumen.

Berdasarkan riset Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), salah satu masalah utama lembaga jasa pembiayaan motor adalah kualitas pelayanan. Oleh karena itu, PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan seperti kecepatan proses adminstrasi, ketelitian pelayanan kepada konsumen, ketelengkapan data konsumen dan ketepatan waktu pencairan dana pinjaman agar kepuasan konsumennya meningkat.

PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam pelayanan kepada konsumen, diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam.

Kecepatan layanan termasuk dalam kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan

keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Upaya pemenuhan kebutuhan konsumen PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam tersebut dengan cara yang menyangkut tentang pelayanan. Selain itu ketelitian karyawan dalam input data konsumen juga menjadi masalah PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Ketelitian pelayanan juga menjadi permasalahan dalam pelayanan yang dilakukan karyawan di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam, karena sering terjadi admin dan sales marketing melakukan kesalahan pengimputan data calon konsumen, yang mengakibatkan konsumen melengkapi ulang data pribadinya hal ini membuat ketidaknyamanan konsumen dan berpengaruh juga terhadap kelengkapan data konsumen.

Ketepatan waktu pelayanan juga menjadi faktor untuk meningkatkan kepuasan konsumen faktanya di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam masih sering terjadi proses pencairan dana pinjaman konsumen tidak tepat waktu hal ini terjadi karena karyawan yang menunda pekerjaan mengakibatkan proses pencairan dana sering mundur dari waktu yang telah ditentukan hal ini mengakibatkan kepuasan konsumen menurun.

Selain ketepatan waktu, kecepatan dan ketelitian yang diuraikan diatas kepuasan konsumen juga dapat diukur dengan variabel lain seperti keramahan pelayanan, keamanan dan kenyamanan konsumen, dalam hal keramahan karyawan kepada konsumen di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam peneliti mencoba bertanya kepada

beberapa konsumen tentang keramahan karyawan dalam melayani konsumen mulai dari pengimputan data sampai proses pencairan dana, menunjukkan delapan dari sepuluh konsumen menyatakan puas akan pelayanan yang diberikan ,hal ini berarti ada dua konsumen yang merasa tidak puas. Oleh karena itu perlu penelitian lebih lanjut untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen pada PT. Federal Internasional Finance (FIF) Batam.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut howard dan sheth dalam fandy tjiptono (2014: p.353) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Sedangkan menurut swan dalam fandy tjiptono (2014: p.353) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.

Menurut danang sunyoto (2015: p.140). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Menurut sangadji dan sopiah (2013: p.181), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu

produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Menurut sangadji dan sopiah (2013: p.180) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Masih menurut sangadji dan sopiah (2013: p.182), kepuasan konsumen dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut nugroho dalam purnomo edwin setyo (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli dari konsumen tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan konsumen yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak konsumen yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan konsumen dipenuhi. Sedangkan loyalitas konsumen adalah ukuran semau apa konsumen melakukan pembelian lagi.

Kelengkapan Data

I Data adalah kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan, dapat berupa angka, lambang atau sifat. .

Bernard (2012 : p130) Menurutnya data adalah fakta kasar mengenai orang, tempat, kejadian dan sesuatu yang penting diorganisasikan. Williams dan Sawyer (2007 : p25) Menurutnya data terdiri dari fakta-fakta dan angka-angka yang diolah menjadi informasi. Diketahui artinya yang sudah terjadi merupakan fakta (bukti). Data dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Data bisa juga didefinisikan sebagai sekumpulan informasi atau nilai yang diperoleh dari pengamatan (observasi) suatu objek. Menurut Turban et al. (2005, p38), data adalah deskripsi dasar tentang sesuatu, kejadian, kegiatan, dan transaksi yang ditangkap, direkam, disimpan, dan diklasifikasikan namun tidak terorganisir untuk menyampaikan suatu arti khusus.

Menurut McLeod dan Schell (2007, p12), data terdiri dari fakta dan gambaran yang secara umum tidak dapat digunakan oleh user (perlu diolah). Dari kedua definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa data adalah fakta yang masih mentah dan belum memiliki arti bagi pengguna karena belum diolah. Menurut Mark Mosley (2008), dalam bukunya "Dictionary of Data Management", pengertian kualitas data adalah level data yang menyatakan data tersebut akurat (accurate), lengkap (complete), timely (update), konsisten (consistent) sesuai dengan semua kebutuhan peraturan bisnis dan relevan.

Ketelitian

Asal kata "Ketelitian" yaitu dari kata dasar teliti. Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer menjelaskan arti kata teliti adalah cermat, seksama, hati-hati. Sedangkan arti kata ketelitian adalah keseksamaan atau kecermatan. Dayanti (2014:61) menjelaskan ketelitian (Conscientiousness) adalah salah satu Trait

kepribadian dari The big five personality yang merupakan aspek kecenderungan emosional, kognitif, dan tingkah laku, bersifat menetap dan ditampilkan individu sebagai respon terhadap berbagai situasi lingkungan. Pemikiran yang teliti bersifat induktif dan deduktif. Jalan pikirannya bernalar dan dengan mudah mengembangkan pola sebab akibat.

METODE PENELITIAN

Lokasi yang dipilih penulis adalah perusahaan PT. Federal Internasional Finance (FIF) Cabang Batam dimana penulis meneliti, beralamatkan di Ruko Raflesia Blok A No 11-12 Kota Batam Kepulauan Riau. Dalam penelitian ini penulis menjadwalkan selama 6 bulan mulai bulan Oktober 2020 sampai Maret 2021. Berikut adalah jadwal penelitian yang sudah di susun oleh penulis guna untuk agar Jadwal penelitian lebih efisien dan teratur.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2011:61). Populasi adalah jumlah keseluruhan objek penelitian sebagai sumber data dari penelitian ini. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen. Data populasi tahun terakhir di tahun 2019 adalah 8.560 konsumen selama setahun.

Menurut Sugiyono (2012: 121) sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan simple random sampling, menurut Sugiyono (2012: 122) simple random sampling adalah cara pengambilan sampe

dari anggota populasi yang dianggap homogeny (sejenis) dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi

tersebut. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kelengkapan data Terhadap Kepuasan konsumen

Tabel. 1 Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661a	.437	.430	1.832

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Data

Sumber: Data di olah

Angka R Square yang merupakan angka korelasi yang di kuadratkan atau $[0,437]^2$ ialah sebesar 0,661, angka R Square disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi 0,661 atau sama dengan 66,1%. Angka tersebut berarti hanya sebesar 66,1% Kepuasan konsumen

dijelaskan dengan menggunakan variabel Kelengkapan data. Sedangkan sisanya, yaitu 33,9% (100%-66,1%) harus dijelaskan oleh factor factor penyebab lainnya. untuk di ketahui besar R Square berkisar antar 0 hingga 1 yang berarti semakin besar kecil R Square.

Tabel 2. Koefisien

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	6.640	1.787		3.715	.000
Kelengkapan data	.662	.082	.661	8.077	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data di olah

Karna t hitung (8.077) > t table 1.66071, maka Ho diterima dan H1 ditolak, artinya, koefisien regresi signifikan atau variabel Kelengkapan data

mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen.

Analisis Pengaruh Ketelitian Terhadap Kepuasan konsumen

Tabel 3. Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.280	2.060
a. Predictors: (Constant), Ketelitian				

Sumber: Data di olah

Angka R Square yang merupakan angka korelasi yang di kuadratkan atau $[(0,289)]^2$ ialah sebesar 0,537, angka R Square disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi 0,537 atau sama dengan 53,7%. Angka tersebut berarti hanya sebesar 53,7% Kepuasan konsumen dijelaskan dengan menggunakan variabel

Ketelitian. Sedangkan sisanya, yaitu 46,3% (100%-53,7%) harus dijelaskan oleh factor penyebab lainnya. untuk di ketahui besar R Square berkisar antar 0 hingga 1 yang berarti semakin besar kecil R Square, maka hubungan kedua variabel semakin lemah, sebalik nya jika R Sqaere semakin mendekati 1, maka hubungan keduanya semakin kuat.

Tabel 4. Koefisien

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.332	2.008		4.647	.000
Ketelitian	.552	.095	.537	5.841	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Data di olah

Karna t hitung (5.841) > t table 1.66071, maka Ho diterima dan H2 ditolak, artinya: koefisien regresi signifikan atau variabel Ketelitian (X2)

mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y).

Analisis Kecepatan Terhadap Kepuasan konsumen

Tabel 5. Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.270 ^a	.073	.062	2.352
a. Predictors: (Constant), Kecepatan				

Sumber: Data di olah

Angka R Square yang merupakan angka korelasi yang di kuadratkan atau $[(0,073)]^2$ ialah sebesar 0,270, angka R Square disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien

determinasi 0,270 atau sama dengan 27,0%. Angka tersebut berarti hanya sebesar 27,0% Kepuasan konsumen dijelaskan dengan menggunakan variabel Kecepatan. Sedangkan sisanya, yaitu

73.0% (100%-27.0%) harus dijelaskan oleh factor factor penyebab lainnya. untuk di ketahui besar R Square berkisar antar 0

hingga 1 yang berarti semakin besar kecil R Square.

Tabel 6. Koefisien

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	14.697	2.476		5.923	.000
Kecepatan	.299	.116	.270	2.599	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data di olah

Karna t hitung (2.599) > t table 1.66071, maka Ho diterima dan H3 ditolak, artinya: koefisien regresi signifikan atau variabel Kecepatan (X3)

mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y)

Analisis Pengaruh Kelengkapan data, Ketelitian, Kecepatan, Terhadap Kepuasan konsumen

Tabel 7. Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.277	4	71.319	26.781	.000 ^b
	Residual	215.711	94	2.663		
	Total	500.998	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kecepatan, Ketelitian, Kelengkapan data

Sumber: Data di olah

Uji anova menghasilkan angka F sebesar 26.781 artinya F hitung (26.781) > F table (2.47) sehingga ho ditolak, artinya terjadi hubungan yang linear antara variabel dengan variabel Kelengkapan data (X1), Ketelitian (X2), Kecepatan (X3) Kepuasan konsumen (Y)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka secara umum dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t variabel kelengkapan data secara persial berpengaruh positif dan sinifikansi terhadap Kepuasan

konsumen. Karna t hitung (8.077) > t table 1.66071, maka Ho diterima dan H1 ditolak, artinya : koefisien regresi signifikan atau variabel Kelengkapan data (X1) mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y).

2. Berdasarkan uji t variabel ketelitian secara persial berpengaruh positif dan sinifikansi terhadap Kepuasan konsumen. Karna t hitung (5.841) > t table 1.66071, maka Ho diterima dan H2 ditolak, artinya: koefisien regresi signifikan atau variabel Ketelitian (X2) mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y) .

3. Berdasarkan uji t variabel kecepatan secara persial berpengaruh positif dan sinifikansi terhadap Kepuasan konsumen. Karna t hitung (2.536) > t table 1.66071, maka Ho diterima dan H3 ditolak, artinya: koefisien regresi signifikan atau variabel Kecepatan (X3) mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen (Y).

Saran

Saran yang perlu penulis sampaikan kepada adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian diperoleh hasil bahwa variabel Kelengkapan data, ketelitian, Kecepatan Dan Ketepatan waktu berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen PT.Federal International Finance (FIF) Cabang Batam. Hal ini berarti untuk dapat meningkatkan Kepuasan konsumen harus dapat meyakinkan PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Batam untuk meningkatkan keempat variable tersebut.
2. Ketepatan waktu merupakan factor yang paling mempengaruhi Kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu semakin bagus dapan meningkatkan Kepuasan konsumen. Oleh karna itu sebaik agar ketepatan waktu harus di jaga.
3. Disarankan kepada pihak PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Batam untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kecepatan, ketepatan waktu yang dimiliki agar dapat mampu bersaing dengan perusahaan lain.
4. Disarankan kepada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Batam terus meningkatkan Ketepatan waktu, kecepatan, ketelitian dan

kelengkapan data terutama untuk menjaga Kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suhardjono dan Supardi. 2010. Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, Suharsimi. (2012). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- Arni, Muhammad. 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Atmosoeprapto, Kisdarto. 2006. Produktivitas Aktualisasi Budaya Perusahaan. Jakarta: Gramedia
- Bernard Davis,. Andrew Lockwood,.Peter Alcott,. Ioannis S. Pantelidis. (2012). Food and Beverage Management. UK: Butterworth-Heinemann Elsevier Ltd.
- Danang Sunyoto. (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Dayanti, Eky. (2015). Peningkatan Perilaku Sopan Santun Anak Melalui Metode Sociodrama. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Engel et al. (2010). Perilaku Konsumen. Edisi Keenam, jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Harsono, M, 2014, Pengaruh Bermain Game terhadap Perkembangan Remaja, Surya University, Serpong.
- Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- McLeod, R. dan Schell, G.P. 2007, Management Information System (edisi ke10), Pearson Prentice Hall, New Jersey.

- Rangkuti, Freddy. (2011). Riset Pemasaran. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2011). Riset Pemasaran. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, S. (2010). Mastering SPSS 18. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif;Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Kencan
- Situmorang. (2010). Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS. Medan: USU Press.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Sugiyono. 2012.Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta
- Suwatno dan Donni Juni Priansa. 2016. Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Williams & Sawyer, 2007:4).Analisis Teknologi Informasi [Online]
- Yunyun Yudiana, dkk. (2011). Latihan Kondisi Fisik. Tersedia di: http://file.upi.edu/Direktori/FPOK/JUR._PEND._OLAHRAGA/19650614199001-YUNYUN_YUDIANA/Latihan_Kondisi_Fisik.pdf (diakses 3 januari 2015).
- Zubaidah, Lilik dan Andre Dwijanto W, 2013. “Pengaruh Faktor Komunikasi, Kepribadian Ekstraversi, Dan Kepribadian Ketelitian Terhadap Prestasi Kerja”, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 Nomor 1, hal 37.