

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT DAYA DAIHATSU PURI KEMBANGAN

Sabit Siswanto

Daniel Widjaja

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana

daniel.widjaja@ukrida.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is influence the quality of service to customer satisfaction in PT Daya Daihatsu Puri Kembangan both partially and simultaneously. The number of respondents in this study is 150, where respondents were consumers who come to PT Daya Daihatsu Puri Kembangan. From the data that has been processed using the method of data analysis is to test the validity, reliability test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing by SPSS, the results are as follows: (1) factors of service quality partial positive and significant impact on customer satisfaction and (2) the factors of service quality significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *quality of service, customer satisfaction, TERRA, SERVQUAL, SPSS*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan baik secara parsial dan simultan. Jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 150, dimana responden adalah konsumen yang datang ke PT Daya Daihatsu Puri Kembangan. Dari data yang telah diolah dengan menggunakan metode analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis melalui program SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut: (1) faktor-faktor kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan (2) faktor-faktor kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *quality of service, customer satisfaction, TERRA, SERVQUAL, SPSS*

PENDAHULUAN

Demi menjaga persaingan di tengah-tengah bisnis yang semakin beraneka ragam pengusaha sudah seharusnya memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen tersebut merasa terpuaskan dan merasa diperhatikan oleh perusahaan, sehingga para konsumen tidak kecewa agar skala untuk melakukan pembelian ulang terbuka sangat lebar. Konsumen akan merasa senang jika kritik dan sarannya diterima oleh pihak perusahaan dan pihak perusahaan langsung memperbaikinya. Dengan respon perusahaan yang sangat cepat dalam memperbaiki kualitas layanan terhadap konsumen maka konsumen pasti sangat respek pada perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen adalah kunci sukses sebuah perusahaan agar perusahaan tersebut bisa bersaing dengan kompetitornya. Selain itu, kepuasan konsumen juga menjadi parameter yang sangat penting bagi perusahaan sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Namun kepuasan konsumen juga bergantung kepada keputusan perusahaan untuk melakukan tindakan perbaikan dalam pelayanan yang nantinya akan berdampak dalam membangun dan mengikat loyalitas konsumen. Dengan memperhatikan kepuasan konsumen maka perusahaan akan merasakan manfaatnya yaitu dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, sehingga dapat terus meningkatkan profit perusahaan serta menjamin keberlangsungan hidup perusahaan.

Salah satu perusahaan yang memiliki konsentrasi terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen adalah PT Daya Daihatsu. PT Daya Daihatsu adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia dalam bidang otomotif. Masyarakat Indonesia juga sudah sangat mengenal produk-produk mobil dari PT Daya Daihatsu, seperti Daihatsu Xenia, Daihatsu Ayla, Daihatsu Grandmax, Daihatsu Terios, Daihatsu Sirion dan yang lainnya. Pada penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian pada PT Daya Daihatsu cabang Puri Kembangan karena merupakan salah satu cabang yang sangat memperhatikan mengenai kualitas serta kepuasan konsumen.

Kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen haruslah yang terbaik, karena dengan memberikan yang terbaik menjadikan PT Daya Daihatsu menjadi perusahaan besar yang dikenal

oleh masyarakat Indonesia. Dengan selalu menjaga kualitas agar tetap baik dan konsisten maka dapat memberikan kepuasan bagi para konsumen. Menjaga agar konsumen tetap merasa puas dan merasa dipenuhi kebutuhannya adalah hal yang sangat di pegang teguh oleh PT Daya Daihatsu cabang Puri Kembangan. Setelah konsumen merasa puas maka konsumen akan menjadi percaya dan loyal terhadap PT Daya Daihatsu cabang Puri Kembangan. Hal tersebut yang nantinya dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan PT Daya Daihatsu cabang Puri Kembangan dalam menjaga kualitas konsumen sehingga konsumen dapat tetap merasa puas.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel *tangibles* (bukti fisik) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan?
2. Apakah variabel *empathy* (perhatian) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan ?
3. Apakah variabel *responsiveness* (ketanggapan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan ?
4. Apakah variabel *reliability* (kehandalan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan ?
5. Apakah variabel *assurance* (jaminan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan ?

LANDASAN TEORI

Pengertian kualitas layanan

Kualitas pelayanan seringkali dipandang sebagai salah satu komponen yang harus diwujudkan oleh suatu perusahaan, hal itu dikarenakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang cukup besar untuk mendatangkan konsumen baru serta dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah

keperusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008:68).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Kualitas layanan dikembangkan kembali oleh Zeithaml dkk. (1988) dalam Idham (2013) yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas layanan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*).

Menurut Haryono (2016:91) lima dimensi servqual dapat dijabarkan sebagai berikut:

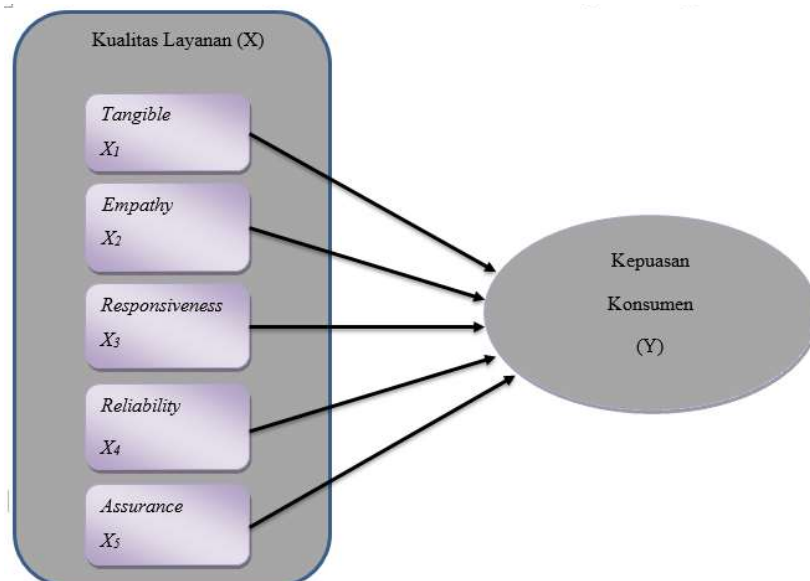
1. Reliabilitas (*reliability*)
Kemampuan untuk menunjukkan performa yang sesuai dengan layanan yang dijanjikan andal dan akurat.
2. Ketanggapan (*responsiveness*)
Kesediaan untuk mendengarkan pelanggan dan memberikan layanan yang tepat.
3. Jaminan (*assurance*)
Pengetahuan dan rasa hormat karyawan terhadap pelanggan mampu membangkitkan kepercayaan dan percaya diri mereka.
4. Empati (*empathy*)
Perhatian, atensi secara individual yang diberikan kepada pelanggan.
5. Wujud (*tangibles*)
Tampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan materi komunikasi.

Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml et al., (2013) dalam Haryono (2016:90) kepuasan pelanggan akan ditentukan oleh lima faktor berikut:

1. Fitur produk dan kualitas layanan
Fitur produk dan layanan yang diterima akan dievaluasi pelanggan, apakah mampu memberikan kepuasan atau tidak.
2. Emosi pelanggan
Emosi pelanggan (senang/gembira atau sedih/susah) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menerima layanan yang diberikan perusahaan.
3. Atribut dari keberhasilan/kegagalan layanan
Apakah layanan yang diberikan istimewa atau mengecewakan menjadi alasan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
4. Persepsi akan kewajaran dan keadilan
Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh kewajaran dan keadilan yang diterimanya jika dibandingkan dengan yang diterima oleh pelanggan lain.
5. Pelanggan yang lain, anggota keluarga, dan rekan
Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pelanggan yang lain, anggota keluarga, atau rekan.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1 : Faktor *tangibles* (bukti fisik) memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H2 : Faktor *empathy* (perhatian) memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H3 : Faktor *responsiveness* (ketanggapan) memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H4 : Faktor *reliability* (kehandalan) memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H5 : Faktor *assurance* (jaminan) memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE ANALISIS

Data yang diperoleh berasal dari 150 Responden yang diambil dari seluruh pelanggan

PT Daya Daihatsu Puri Kembangan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, kemudian data tersebut dianalisa dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas serta pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur objeknya. Pada penelitian ini untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*.

Kriteria pengujian untuk uji validitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *corrected item-total correlation* > 0,159, maka variabel tersebut valid
- Jika nilai *corrected item-total correlation* < 0,159, maka variabel tersebut tidak valid

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Tangible

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	7.5400	1.821	.641	.591
T2	7.6400	2.312	.468	.781
T3	7.6067	1.703	.639	.592

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Empathy

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	7.6867	1.438	.541	.324
E2	7.8067	2.076	.309	.668
E3	7.6400	1.937	.443	.495

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel 3. Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	7.2800	2.552	.456	.494
R2	7.4800	2.345	.499	.428
R3	7.5867	2.499	.352	.646

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel 4. Uji Validitas Variabel *Reliability*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RE1	7.0667	3.230	.349	.597
RE2	7.2333	2.717	.366	.593
RE3	7.0333	2.610	.552	.309

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel 5. Uji Validitas Variabel *Assurance*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	7.8133	1.884	.476	.637
A2	7.7267	1.931	.497	.617
A3	7.7400	1.375	.569	.522

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel *Kepuasan Konsumen*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK1	7.6667	1.982	.627	.567
KK2	7.4800	2.010	.438	.820
KK3	7.4667	2.170	.649	.565

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Uji reliabilitas

Butir kuesioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seorang responden terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan cronbach's alpha. Kuesioner dikatakan reliabel

jika cronbach's alpha > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau di bawah 0,60. Dari hasil uji reliabilitas menggunakan program SPSS diketahui cronbach's alpha untuk keseluruhan butir pertanyaan variabel wujud, empati, ketanggapan, reliabilitas, jaminan dan kepuasan konsumen dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 7. Cronbach's Alpha

Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Tangible</i>	0,750
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Empathy	0,615
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Responsiveness	0,623
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Reliability	0,607
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Assurance	0,692
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen	0,735

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha masing-masing variabel berada diatas nilai 0,6 sehingga data yang digunakan dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel

pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil pengujian normalitas, dapat dilihat pada tabel Kolmogorov-Smirnov. Standar distribusi data dikatakan normal jika nilai signifikan Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari nilai alpha yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil pengolahan uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03808003
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.147
	Negative	-.154
Kolmogorov-Smirnov Z		1.883
Asymp. Sig. (2-tailed)		.201

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Analisis Regresi Linier Berganda
 Analisis regresi linear berganda digunakan
 dalam penelitian ini dengan tujuan untuk

mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel
 bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 9. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.527	.751		2.033	.044		
	TOTAL_T	.095	.046	.093	2.057	.042	.905	1.105
	TOTAL_E	.098	.093	.090	1.057	.029	.251	3.978
	TOTAL_R	.067	.067	.072	1.006	.031	.357	2.804
	TOTAL_RE	.035	.039	.040	.913	.036	.937	1.068
	TOTAL_A	.998	.092	.908	10.852	.000	.262	3.814

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 10,527 + 0,095 (X1) + 0,098 (X2) + 0,067 (X3) + 0,035 (X4) + 0,998 (X5)$$

Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model penelitian dapat digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 10. ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.329	5	89.466	80.237	.000 ^a
	Residual	160.564	144	1.115		
	Total	607.893	149			

a. Predictors: (Constant), TOTAL_A, TOTAL_RE, TOTAL_T, TOTAL_R, TOTAL_E

b. Dependent Variable: TOTAL_KK

Dari hasil pengujian Uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga model penelitian dapat digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara masing-

masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian adalah apabila nilai Signifikansi t lebih kecil dari nilai alpha yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05. Hasil pengolahan uji t dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 11. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.527	.751		2.033	.044
	TOTAL_T	.095	.046	.093	2.057	.042
	TOTAL_E	.098	.093	.090	1.057	.029
	TOTAL_R	.067	.067	.072	1.006	.031
	TOTAL_RE	.035	.039	.040	.913	.036
	TOTAL_A	.998	.092	.908	10.852	.000

a. Predictors: (Constant), TOTAL_A, TOTAL_RE, TOTAL_T, TOTAL_R, TOTAL_E

b. Dependent Variable: TOTAL_KK

- Uji hipotesis pengaruh wujud terhadap kepuasan konsumen
 - o Hipotesis 1: Wujud berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
 - o Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel wujud dengan variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 2,057 dan nilai signifikansi t sebesar 0,042 yang lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti bahwa wujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 1 dapat diterima.
- Uji hipotesis pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan konsumen
 - o Hipotesis 3: Ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
 - o Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel ketanggapan dengan variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 1,006 dan nilai signifikansi t sebesar 0,031 yang lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 3 dapat diterima.
- Uji hipotesis pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen
 - o Hipotesis 2: Empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
 - o Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel empati dengan variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 1,057 dan nilai signifikansi t sebesar 0,029 yang lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 2 dapat diterima.
- Uji hipotesis pengaruh reliabilitas terhadap kepuasan konsumen
 - o Hipotesis 4: Reliabilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
 - o Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel reliabilitas dengan variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,913 dan nilai signifikansi t sebesar 0,036 yang lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti bahwa reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 4 dapat diterima.

- Uji hipotesis pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen
 - o Hipotesis 5: Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
 - o Hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel jaminan dengan variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 10,852 dan nilai signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti bahwa wujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis 5 dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen yaitu wujud, empati, ketanggapan, reliabilitas, dan jaminan dalam menerangkan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, dimana nilai *Adjusted R Square* yang mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.727	1.05595

a. Predictors: (Constant), TOTAL_A, TOTAL_RE, TOTAL_T, TOTAL_R, TOTAL_E

b. Dependent Variable: TOTAL_KK

Hasil analisis determinasi diperoleh angka R² (*R Square*) sebesar 0,736 atau 73,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen yaitu wujud, empati, ketanggapan, reliabilitas, dan jaminan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 73,6%. Artinya variasi data yang ditimbulkan dari variabel independen terhadap variabel dependen adalah 73,6%, sedangkan sisanya 26,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

3. Variabel ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan.
4. Variabel reliabilitas (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan.
5. Variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

1. Variabel wujud (*tangibles*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan.
2. Variabel empati (*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Daya Daihatsu Puri Kembangan.

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran-saran yang di berikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, pihak manajemen PT Daya Daihatsu Puri Kembangan sebaiknya mampu mempertahankan berbagai kebijakan yang berkaitan kualitas layanan. Upaya yang dapat

dilakukan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan fasilitas dan kenyamanan serta kualitas layanan yang baik dan meminimalkan faktor-faktor yang dapat mengakibatkan turunnya tingkat kepuasan konsumen

2. Pihak manajemen PT Daya Daihatsu Puri Kembangan hendaknya lebih menitikberatkan kebijakan yang berkaitan dengan faktor kualitas layanan terutama pada faktor jaminan (*assurance*), karena dari hasil penelitian terbukti bahwa jaminan (*assurance*) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya tingkat kepuasan konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina (2010). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17 No. 2 : 114-126.
- Ghozali, Imam (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryono, PM. Budi (2016). *How To Win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Idham, Bindi Febry (2013). "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Implikasi Loyalitas Pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Kertajaya Surabaya". *Journal of Business and Banking*, Volume 3 No. 1 : 93-108.
- Irawan, Handi (2008). *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Alex Media Computindo.
- Khasanah Imroatul dan Pertiwi O. D. (2010). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang". *Aset*, Vol. 12 No. 2 : 117-124.
- Nilasari, Eswika dan Istiatin (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo". *Jurnal Paradigma* Vol. 13 No. 01 : 1-12.
- Priyatno, Duwi (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sangadji dan Sopiah (2010). *Metodologi Penelitian : Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Suharso, Puguh (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sunyoto, SH dan Susanti, SE. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Tri Admojo.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ke Tiga*. Yogyakarta : Andi
- Umar, Husein (2005). *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.