

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PADA PO.
BEJEU JEPARA (STUDI KASUS PADA PENGGUNA TRAVEL BEJEU
JURUSAN SEMARANG – JEPARA)**

Shena Adaby Amin¹ & Ngatno²

E-mail: Shenaadaby@gmail.com

ABSTRACT

This research motivated by the development of transportation business nowadays which harder because of the increasing of competitors. Transportation service company expect the high loyalty from the customer but in fact, the customer's loyalty is still low. As well as happened to the kind of transportation service like Bejeu Jepara Semarang-Jepara route Travel.

The aim of this study was to determine the effect of service quality, price and satisfaction toward transportation service customer's loyalty of PO. Bejeu Jepara, Semarang-Jepara route. About 100 samples of respondents required and sample collection technique used was purposive sample. Data was analyzed using SPSS 20.0 which previously was conducted validity test, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression analysis also Sobel test.

The result showed that service quality and prices had an effect toward satisfaction so could influence the customer's loyalty.

The suggestion was PO Bejeu could improve the quality by repair the waiting room and depart according to the schedule so could arrive at the destination on time. Otherwise, in price determining, PO Bejeu was suggested to give discount or ticket price reduction on certain days so the low purchasing customer could use it.

Keywords: *Customer's Loyalty, Price, Satisfaction, Service Quality*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan bisnis transportasi pada saat ini semakin berat dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang muncul. Perusahaan jasa transportasi berharap agar loyalitas dari para konsumen tinggi, tetapi pada kenyataan yang terjadi saat ini adalah tingkat loyalitas dari konsumen masih rendah. Begitu juga yang terjadi pada jenis transportasi travel Bejeu Jepara jurusan Semarang – Jepara.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi pada PO. Bejeu Jepara jurusan Semarang – Jepara. Sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden dan teknik pengambilan sampelnya adalah dengan purposive sampling. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 20.0 dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda serta pengujian menggunakan uji sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan sehingga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Saran yang dapat disampaikan adalah agar PO. Bejeu bisa meningkatkan kualitas dengan memperbaiki ruang tunggu dan berangkat sesuai dengan jadwal sehingga travel sampai tempat tujuan tepat waktu. Sedangkan dalam penetapan harga, PO. Bejeu dianjurkan untuk memberikan diskon atau pengurangan harga tiket pada hari tertentu agar pelanggan dengan daya beli lebih rendah dapat memanfaatkannya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

¹Shena Adaby Amin, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

²Ngatno, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Pendahuluan

Perkembangan bisnis transportasi pada saat ini semakin berat dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang muncul dengan jenis layanan transportasi yang sama dan layanan yang lebih baik. Perusahaan jasa transportasi berharap agar loyalitas dari para konsumen tinggi karena semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan pada perusahaan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan pendapatan yang meningkat, dan konsumen yang loyal tersebut akan menggunakan jasa transportasi perusahaan secara berulang. Selain itu, konsumen yang mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan juga akan merekomendasikan jasa transportasi tersebut kepada orang lain tanpa disuruh oleh pihak perusahaan dan mengajak orang lain untuk menjadi konsumen dari perusahaan tersebut, dengan kata lain perusahaan tidak perlu melakukan promosi yang berlebihan karena pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi telah membantu perusahaan untuk mempromosikan jasanya. Tetapi pada kenyataan yang terjadi saat ini adalah tingkat loyalitas dari konsumen masih rendah. Konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi dari satu perusahaan cenderung akan menggunakan jasa transportasi lain dengan tujuan untuk

membandingkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain dengan harga yang relatif sama.

Begitu juga yang terjadi pada jenis transportasi travel Bejeu Jepara jurusan Semarang – Jepara. Harapan dari travel bejeu jepara akan loyalitas konsumen adalah tinggi karena akan berdampak pada pemasukan perusahaan yang akan terus meningkat. Konsumen yang mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap travel Bejeu juga akan merekomendasikan Bejeu sebagai pilihan jenis transportasi yang bisa digunakan oleh orang lain dan mengajaknya untuk menjadi konsumen Bejeu. Begitu juga yang terjadi pada jenis transportasi travel Bejeu Jepara jurusan Semarang – Jepara. Harapan dari travel bejeu jepara akan loyalitas konsumen adalah tinggi karena akan berdampak pada pemasukan perusahaan yang akan terus meningkat. Konsumen yang mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap travel Bejeu juga akan merekomendasikan Bejeu sebagai pilihan jenis transportasi yang bisa digunakan oleh orang lain dan mengajaknya untuk menjadi konsumen Bejeu. Tetapi pada kenyataannya konsumen yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi kepada travel Bejeu masih rendah karena konsumen yang telah menggunakan Bejeu juga akan menggunakan jenis travel lain dikarenakan kualitas pelayanan yang masih buruk dengan harga yang masih bersaing dengan harga travel lain.

Tentu saja perlu adanya konsistensi dari perusahaan penyedia jasa yang akan bermanfaat untuk masa mendatang. Pembenahan yang dilakukan juga akan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen yang semakin tinggi dan manfaat yang didapatkan perusahaan dengan tingginya loyalitas konsumen juga menjadi faktor yang penting. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi pada PO. Bejeu Jepara (studi kasus pada pengguna travel Bejeu semarang-jepara)”

Kajian Teori

Jasa

Menurut Saladin (2004:134) pengertian jasa adalah sebagai berikut: “Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.”

Kualitas Pelayanan

Pelayanan yaitu setiap kegiatan yang manfaatnya dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (intangible) dan tidak berakibat pemilikan sesuatu (Kotler, 1985:352). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis

yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001), sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439) adalah nilai yang ditetapkan oleh perusahaan yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Payne (2000: 171). Harga dibuat dengan maksud pemberian biaya atas manfaat-manfaat dalam memakai atau menggunakan suatu jasa dan produk. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen dari produk atau jasa tertentu, maka semakin tinggi nilai tukar barang dan jasa tersebut bagi konsumen dan semakin besar pula alat penukaran yang dikeluarkan.

Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Oliver Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah. Kesimpulan yang didapatkan mengenai loyalitas adalah kualitas pelayanan yang tinggi merupakan keadaan dimana konsumen mau menggunakan secara berulang dan konsisten jasa yang ditawarkan perusahaan, pelanggan dapat menggunakan jenis jasa lain yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama, konsumen mau memberikan rekomendasi jasa transportasi tersebut kepada orang lain.

Penelitian Terdahulu

Istifau Maulana (2015) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada Bus PO. Nusantara jurusan Solo – Jakarta)”, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan indikator ruang tunggu pemberangkatan

bus bersih dan nyaman, bus berangkat dan sampai tempat tujuan dengan tepat waktu, dan armada yang bersih yang menyebabkan pelanggan merasa betah di dalam bus. Variabel harga juga menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan karena penetapan harga dari pihak perusahaan dipersepsikan murah dengan indikator bahwa harga yang ditawarkan terjangkau dan dapat bersaing dengan harga pesaing, maka loyalitas pelanggan untuk menggunakan jasa pada perusahaan juga akan tinggi. Variabel kepuasan konsumen juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan indikator konsumen merasa senang setelah menggunakan jasa dari perusahaan karena manfaat yang didapat sesuai dengan apa yang telah dibayarkan konsumen tersebut, maka loyalitas dari pelanggan juga akan tinggi dengan merekomendasikan perusahaan pada orang lain dan mengajak orang lain untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Luqmananda Bayuningrat (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi Taksi New Atlas Kota Semarang”, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang baik atau positif terhadap loyalitas pelanggan dengan indikator kemampuan karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, ketepatan waktu dalam mengantarkan penumpang, keberihan mobil, kelengkapan fasilitas di dalam mobil, maka loyalitas juga akan tinggi dengan penggunaan kembali konsumen pada taksi New Atlas tersebut. Variabel kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan indikator perasaan setelah menggunakan Taksi New Atlas, Kesesuaian antara apa yang diperoleh penumpang dengan harapan, dan kepercayaan yang besar dari pelanggan terhadap perusahaan, maka loyalitas dari pelanggan juga tinggi karena rasa percaya dari pelanggan tersebut dapat membuat pelanggan kembali menggunakan jasa dari Taksi New Atlas.

Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada travel PO Bejeu.
2. Diduga terdapat pengaruh negatif antara harga terhadap kepuasan pada travel PO Bejeu.
3. Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada travel PO Bejeu.
4. Diduga terdapat pengaruh negatif antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada travel PO Bejeu.
5. Diduga terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada travel PO Bejeu.
6. Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan.

7. Diduga terdapat pengaruh negatif antara harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Penelitian ini merupakan tipe penjelasan yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini berusaha menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga melalui kepuasan penumpang terhadap loyalitas pengguna jasa pada travel Bejeu. Metode analisis data yang digunakan adalah validitas, reliabilitas, korelasi, regresi linier berganda, regresi linier sederhana, determinasi, signifikansi dan metode sobel menggunakan preacher's tool.

Hasil dan Pembahasan

No	Hipotesis	Hasil Keterangan					
		Korelasi	Regresi	Determinasi	t Hitung	Sobel	Hipotesis
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan (X3)	0,802	0,340	0,643	13.279		Diterima
2	Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan (X3)	0,529	-0,634	0,280	-6,171		Diterima
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,718	0,262	0,516	10.225		Diterima

4	Pengaruh Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,504	-0,518	0,254	-5,774	Diterima
5	Pengaruh Kepuasan (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,712	0,612	0,507	10,040	Diterima
6	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan (X3)				3,287	Diterima
7	Pengaruh Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan (X3)				4,727	Diterima

Sumber: Data yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,340. Nilai koefisien korelasinya sebesar 0,802 dan masuk kategori sangat kuat, sedangkan koefisien determinasinya sebesar 0,643. Hasil t hitung sebesar 13.279 lebih besar daripada t tabel 1,6606, maka hipotesis pertama “Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada travel PO Bejeu” diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar -0,634. Nilai koefisien korelasinya sebesar 0,529 dan masuk kategori sedang, sedangkan

koefisien determinasinya sebesar 0,280. Hasil t hitung sebesar -6,171 lebih besar daripada t tabel -1,6606, maka hipotesis kedua “Diduga terdapat pengaruh negatif antara harga terhadap kepuasan pada travel PO Bejeu” diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,262. Nilai koefisien korelasinya sebesar 0,718 dan masuk kategori kuat, sedangkan koefisien determinasinya sebesar 0,516. Hasil t hitung sebesar 10,225 lebih besar daripada t tabel 1,6606, maka hipotesis ketiga “Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada travel PO Bejeu” diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar -0,518. Nilai koefisien korelasinya sebesar 0,504 dan masuk kategori sedang, sedangkan koefisien determinasinya sebesar 0,254. Hasil t hitung sebesar -5,774 lebih besar daripada t tabel -1,6606, maka hipotesis keempat “Diduga terdapat pengaruh negatif antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada travel PO Bejeu” diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,612. Nilai koefisien korelasinya sebesar 0,712 dan masuk kategori kuat, sedangkan koefisien determinasinya sebesar 0,507. Hasil t hitung sebesar 10,040 lebih besar daripada t tabel 1,6606, maka hipotesis kelima “Diduga terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada travel PO Bejeu” diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan, hal ini dibuktikan dengan uji sobel yang menyatakan bahwa t hitung sebesar 3,28727282 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,6606, dan nilai p -value sebesar 0,00097981 lebih kecil dari 0,01. Hipotesis keenam “Diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan” diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan, hal ini dibuktikan dengan uji sobel yang menyatakan bahwa t hitung sebesar 4,72752915 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,6606, dan nilai p -value sebesar 0,00000201 lebih kecil dari 0,01. Hipotesis ketujuh “Diduga terdapat pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas melalui kepuasan” diterima.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 penumpang yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Penumpang Terhadap

Loyalitas Pengguna Jasa Transportasi pada PO Bejeu Jepara Jurusan Semarang – Jepara” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa travel Bejeu Jepara sebesar 0,340 dimana nilai t hitung (13,279) > t tabel (1,6606) sehingga hipotesis diterima. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengguna jasa travel Bejeu Jepara sebesar -0,634 dimana nilai t hitung (-6,171) > t tabel (-1,6606) sehingga hipotesis diterima. Artinya, apabila harga tiket mahal maka kepuasan pengguna jasa travel Bejeu akan menurun dan bukan tidak mungkin pelanggan tersebut akan berpindah ke travel lain.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa travel Bejeu Jepara sebesar 0,262 dimana nilai t hitung (10, 225) > t tabel (1,6606) sehingga hipotesis diterima. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.
4. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa travel Bejeu Jepara sebesar -0,518 dimana nilai t hitung (-5, 774) > t tabel (-1,6606) sehingga hipotesis diterima. Artinya, semakin mahal harga tiket Bejeu akan berpengaruh dengan menurunnya tingkat loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa travel Bejeu Jepara sebesar 0,612 dimana nilai t hitung (10, 040) > t tabel (1,6606) sehingga hipotesis diterima. Artinya, semakin meningkatnya kepuasan yang didapat oleh pelanggan, loyalitas pelanggan juga akan meningkat terhadap perusahaan.
6. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pengguna jasa travel Bejeu Jepara terbukti, dimana nilai t hitung Sobel Test sebesar 3,29626141 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,6606, dan nilai p -value sebesar 0,00097981 lebih kecil dari 0,01. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan merupakan variabel mediasi, yang mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
7. Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pengguna jasa travel Bejeu Jepara terbukti, dimana nilai t hitung Sobel Test sebesar 4,75265658 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,6606, dan nilai p -value sebesar 0,00000201 lebih kecil dari 0,01. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan merupakan variabel mediasi, yang mampu memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

Saran

Menurut hasil dari uji korelasi antar variabel, variabel yang punya pengaruh lebih besar terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan dengan nilai 0,718 yang menunjukkan tingkat hubungan korelasi kuat. Variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh sebesar 0,802 yang menunjukkan tingkat hubungan sangat kuat.

Apabila PO. Bejeu dapat memperbaiki kekurangan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, maka penjualan tiket PO. Bejeu juga akan meningkat dan loyalitas pelanggan akan semakin tinggi terhadap perusahaan.

Daftar Pustaka

- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Djaslim Saladin, 2004, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Edisi 5, Linda Karya, Bandung.
- Kotler, Philip, (1994), *Marketing Management ; Analysis, Planning, Implementation and Control (8th ed), International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey*
- Kotler, Philip, 1985, Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat, Penerbit Erlangga, Bandung.
- Nasution. (2004). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helien, Fisher. 2004. Layanan Konsumen Dalam Seminggu. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- SUPRANTO, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. Manajemen Pelayanan. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10 (3).
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tasunar, N. (2006). Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 5 (1), 41-62.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.

- Adrian Payne. (2000). *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Bandung
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta
- Husain Umar. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pusat: Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th edition ed.). Prentice Hall.
- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta: Bandung
- Sugiyono, Prof., Dr., 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ke-6, Bandung, CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Husein Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Sudjana, Nana, Dr (1997), *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah, Makalah, Skripsi, Tesis, Desertasi*, Sinar Baru Algensindo, Bandung.
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.
- Sugiyono (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Dr. Drs. Ngatno, MM (2015), *Analisis Data (Variabel Mediasi dan Moderasi dalam Riset Bisnis)*, CV. Farisma Indonesia, Yogyakarta.