

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Audra Alessandra Wiennata, Wahyu Hidayat
Email: audrawiennata@gmail.com

Abstract

In this era of globalization, the activity and mobility of the community has become increasingly rapid, hence the means of transportation is a part that is very much needed by the community in daily life. This opportunity causes competition among companies engaged in transportation services to attract consumers and retain consumers with the marketing strategies that they implement. One of the transportation services companies in Indonesia is PT Kereta Api Indonesia and one of the fleets owned is the Kaligung Train

The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality (X), on Customer Loyalty (Y) through customer Satisfaction (Z) (study on passengers of PT KAI DAOP IV Semarang Kaligung Train). This type of research is explanatory research. The number of samples taken was 100 respondents, who were passengers of the Kaligung train. The sampling technique uses purposive technique and accidental sampling. In analyzing the data using validity, reliability, cross tabulation, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression analysis and t test using SPSS 21.0 for Windows software.

Pada era globalisasi ini menjadikan semakin pesatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat, maka dari itu sarana transportasi merupakan suatu bagian yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Peluang ini menyebabkan persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi untuk menarik konsumen dan memepertahankan konsumennya dengan strategi pemasaran yang mereka terapkan. Salah satu perusahaan jasa transportasi di Indonesia adalah PT Kereta Api Indonesia dan salah satu armada yang dimiliki adalah KA Kaligung

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z) (studi pada penumpang KA Kaligung PT KAI DAOP IV Semarang). Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, yang merupakan penumpang KA Kaligung. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive* dan *accidental sampling*. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan uji t dengan menggunakan *software SPSS 21.0 for Windows*.

Keywords:

Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini menjadikan semakin pesatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat, maka dari itu sarana transportasi merupakan suatu bagian yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Peluang ini menyebabkan persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi untuk menarik konsumen dan memepertahankan konsumennya dengan strategi pemasaran yang mereka terapkan. Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat akan adanya transportasi ini dimanfaatkan oleh PT KAI untuk memberikan layanan jasa angkutan yang harus mewujudkan keinginan masyarakat akan layanan angkutan yang aman, nyaman, tertib, harga yang terjangkau, ketersediaan fasilitas, dan pelayanan yang memadai agar konsumen merasa puas akan layanan yang di berikan.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IV (DAOP IV) berusaha menciptakan strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan alat transportasi lain dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumennya Dengan adanya kualitas pelayanan yang memadai agar konsumen merasa puas akan layanan yang di berikan. Karena kepuasan sebagai kunci mempertahankan pelanggan, dengan memberikan kepuasan yang tinggi pada pelanggan supaya dapat terciptanya loyalitas pelanggan.

Kerangka Teori

Kualitas pelayanan menurut Sviokla (Lupiyoadi, 2006) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/ diinginkan (expected service). Upaya penyediaan fasilitas maupun sumber daya manusia guna mendukung usaha PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasional 4 Semarang yang bertujuan untuk memikat dan memuaskan pengguna jasa kereta api. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) (dalam Lupiyoadi 2011), terdapat lima dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan (Service Quality) yaitu (1) *Reliability* (kehandalan) (2) *Responsiviness* (ketanggapan) (3) *Assurance* (Jaminan) (4) *Empathy* (Empati) (5) *Tangible* (Berwujud)

Kepuasan pelanggan menurut Kotler et al. (2008) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Rasa puas yang dirasakan konsumen akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Variabel kepuasan konsumen dapat diukur dengan indikator (1) Kepuasan produk (2) Kepuasan layanan (3) Kualitas layanan memenuhi harapan pelanggan (4) Kualitas layanan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Griffin (2005:31) Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen yang kuat dari pelanggan, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha pemasaran dari produk lain yang berusaha membuat mereka beralih untuk membeli produk lain. Variabel loyalitas pelanggan dapat diukur dengan indikator (1) Keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (2) Tarif dapat diterima (3) Bersedia merekomendasikan terhadap orang lain

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis dinyatakan dalam jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2009:93). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KA Kaligung
- b. Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KA Kaligung
- c. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KA Kaligung

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatif yaitu penelitian yang bermaksud menyoroti hubungan variabel-variabel penelitian kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua penumpang KA Kaligung dan belum diketahui jumlah pastinya. Sampel pada penelitian ini merupakan 100 orang dari penumpang KA Kaligung dengan teknik pengambilan sampel purposive dan accidental sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, dan uji signifikansi (uji t) dengan menggunakan *software SPSS versi 21.00*.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel independen yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

Pertama, hipotesis 1 yaitu “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen”. Hal ini didukung menurut teori Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya dan kemudahan. Dari beberapa faktor kepuasan tersebut, kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci bagi semua perusahaan untuk tetap bertahan, maka kualitas pelayanan merupakan aspek yang penting bagi KA Kaligung. Pada penelitian ini, terdapat pengaruh signifikan dan positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sebanyak 43,9% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Dan dari uji t didapati pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen karena $t_{hitung} > t_{tabel}$. Kedua, hipotesis 2 yaitu “kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan”. Menurut teori Keiningham, et al (2003) konsumen yang sangat puas akan sangat dimungkinkan akan menjadi konsumen yang setia dan akan memberikan berita positif dan mulut ke mulut, sedangkan konsumen yang tidak puas akan beralih kepada perusahaan yang lainnya. Maka kepuasan konsumen merupakan aspek yang penting bagi KA Kaligung. Pada penelitian ini, terdapat pengaruh signifikan dan positif variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas

pelanggan. Sebanyak 49,3% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen. Dan dari uji t didapati pengaruh dari kepuasan konsumen dengan loyalitas pelanggan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Ketiga, hipotesis 3 yaitu "kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan". Sesuai dengan teori oleh Tjiptono (2005) menyatakan bahwa loyalitas konsumen dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang mendasari kontinuitas, relasi dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama. Pada penelitian ini, terdapat pengaruh signifikan dan positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sebanyak 23,0% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Dan dari uji t didapati pengaruh dari kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan karena $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan uji mediasi yaitu Sobel Test. Hal ini dibuktikan dengan uji mediasi yaitu Sobel Test. Berdasarkan hasil sobel test tersebut, jalur a dan jalur b signifikan. Di mana, jalur a dengan koefisien nilai yang dihasilkan sebesar 0,21 dan signifikan pada taraf $p(0,000) < 0,05$. Jalur b dengan koefisien nilai sebesar 0,21 dan signifikan pada taraf $p(0,000) < 0,05$. Kemudian, pada jalur c' koefisien nilai sebesar c' sebesar 0,06 dan signifikan pada taraf $p(0,000) < 0,05$. Sehingga dilihat dari jenis mediasi, maka variabel kepuasan konsumen ini dapat dikatakan sebagai variabel mediasi parsial.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori sangat baik. Namun ada beberapa item pertanyaan yang masih di bawah skor rata-rata, yaitu kenyamanan penumpang di dalam gerbong, kecepatan petugas dalam melayani keluhan penumpang, kecepatan petugas dalam melayani penumpang, dan kemampuan petugas memberikan rasa aman dan nyaman kepada penumpang KA Kaligung. Dalam penelitian terhadap penumpang KA Kaligung, hasil koefisien determinasi antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Z) adalah sebesar 43,9% artinya kualitas pelayanan KA Kaligung mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen termasuk dalam kategori puas. Namun ada beberapa item pertanyaan yang masih di bawah skor rata-rata, yaitu perasaan puas dengan produk yang di berikan KA Kaligung, Kualitas pelayanan KA Kaligung sesuai harapan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam penelitian terhadap penumpang KA Kaligung PT KAI DAOP IV Semarang, hasil koefisien determinasi antara variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 49,3% artinya kepuasan konsumen KA Kaligung mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori sangat loyal. Namun ada beberapa item pertanyaan yang masih di bawah skor rata-rata, yaitu keinginan pembelian ulang memang pada dasarnya pelanggan menentukan KA Kaligung sebagai transportasi pilihan tetapi mendapatkan kesulitan ketika tidak sesuai jadwal KA Kaligung dengan waktu yang diinginkan. Dalam penelitian terhadap penumpang KA Kaligung PT KAI DAOP IV Semarang, hasil koefisien determinasi antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 23,0% artinya kualitas pelayanan KA Kaligung mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Saran

Saran merupakan masukan dari peneliti untuk memecahkan masalah. Saran-saran yang dapat diberikan terhadap PT. KAI Daop 4 Semarang adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori sangat baik. Namun ada beberapa item pertanyaan yang masih di bawah skor rata-rata, yaitu kenyamanan penumpang di dalam gerbong, kecepatan petugas dalam melayani keluhan penumpang, kecepatan petugas dalam melayani penumpang, dan kemampuan petugas memberikan rasa aman dan nyaman kepada penumpang KA Kaligung. Beberapa yang perlu ditingkatkan yaitu perlu ditinjau kembali layout dalam gerbong KA Kaligung untuk disegerakan dalam melakukan pembaharuan untuk kenyamanan penumpang, seperti pengaturan suhu ruangan dan tempat duduk serta lebih memperhatikan lagi kebersihan toilet, meningkatkan responsifitas petugas KA Kaligung dalam menangani keluhan penumpang dan melayani dengan cekatan atas dasar permintaan penumpang. Serta perlunya controlling oleh petugas KA Kaligung agar penumpang merasa aman dengan barang bawasanya masing-masing.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen termasuk dalam kategori puas. Namun ada beberapa item pertanyaan yang masih di bawah skor rata-rata, yaitu perasaan puas dengan produk yang di berikan KA Kaligung, Kualitas pelayanan KA Kaligung sesuai harapan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Beberapa hal yang perlu ditingkatkan yaitu secara bertahap harus diperbaiki sehingga bisa memenangkan persaingan moda transportasi darat. Untuk itu disarankan, dilakukan pembaharuan kualitas

layanan pada KA Kaligung agar selalu diperhatikan dan dilakukan perubahan secara menyeluruh untuk menciptakan kepuasan penumpang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori sangat loyal. Namun ada beberapa item pertanyaan yang masih di bawah skor rata-rata, yaitu keinginan pembelian ulang memang pada dasarnya pelanggan menentukan KA Kaligung sebagai transportasi pilihan tetapi mendapatkan kesulitan ketika tidak sesuai jadwal KA Kaligung dengan waktu yang diinginkan. Sehingga di sarankan untuk KA Kaligung agar melakukan beberapa inovasi seperti penambahan waktu keberangkatan, jadwal rute keberangkatan dan tujuan keberangkatan sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Namun adapun saran lainnya seperti peningkatan seperti pengaturan suhu ruangan dan tempat duduk serta lebih memperhatikan lagi kebersihan toilet, meningkatkan responsifitas petugas KA Kaligung dalam menangani keluhan penumpang dan melayani dengan cekatan atas dasar permintaan penumpang. Serta perlunya controlling oleh petugas KA Kaligung agar penumpang merasa aman dengan barang bawaannya masing-masing, serta dilakukan pembaharuan kualitas layanan pada KA Kaligung agar selalu diperhatikan dan dilakukan perubahan secara menyeluruh untuk menciptakan kepuasan penumpang. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan tersebut maka akan timbul rasa kepuasan konsumen sehingga muncul perasaan loyal pada pelanggan tersebut agar senantiasa menggunakan jasa layanan PT KAI DAOP IV Semarang pada KA Kaligung khususnya transportasi KA Kaligung menjadi pilihan moda transportasi pilihan mereka.

Daftar Referensi

- Assegaf, Setiawan. (2016), "*The effect of service quality to customer satisfaction by using internet banking service in jambi*", *The Asian Journal of Technology Management* Vol. 9 No. 1, pp. 21-36
- Buchari Alma, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi. Revisi, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Cooper, Donald R dan C William Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Dabholkar, P. A. 2000. *Framework For Service Quality*. Boston; Sage Publications
- David Mc. A Baker. 2013. *Service Quality and Customer Satisfaction in the Airline Industry: A Comparison between Legacy Airlines and Low-Cost Airlines*. *American Journal of Tourism Research*, Vol. 2, No. 1, 2013, Hal 67-77. Department of Management. University of Central Missouri. Warrensburg, USA.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Andi,. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi. Gerry Ramadhan.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality Satifaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan menggunakan SPSS*. Gramedia.
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Hasibuan. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, Asep. (2008). *Penelitian Bisnis Paradigm Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo
- Hurriyati, Ratih (2005), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung. Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Ibojo, Bolanle Odunlami. 2014. *Impact Of Customer Satisfaction And Customer. Retention On Customer Loyalty: A Case Study Of Enterprise Bank In Oyo*.
- Kotler Philip, 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip (2000). Prinsip–Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip (2000). Prinsip–Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2003). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing (Edisi 13). United State Of America: Pearson.*
- Kotler, Philip, Thomas Hayes, dan Bloom Paul N. 2002. *Marketing Professional Service. Prentice Hall International Press.*
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Dua.
- Margono. (2004). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Maulana, Istifau. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Nurhayati, Lina. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa KA Kaligung Semarang-Tegal Pada PT Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang. Tugas Akhir. Universitas Diponegoro.
- Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V., & Gordon, G. L. (1993). *Service Quality and Customer Loyalty in the Commercial Airline Industry*. Journal of Travel Research, 32(2), 16–24.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi. Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sachro, Sri Rahayu Pudjiastuti, 2013, “ Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dari argo bromo anggrek kereta Jakarta- Surabaya di Indonesia”, IOSR Journal of Business and Management, Vol. 12.
- Schnaars, Steven P. (1991). *Marketing Strategy : A customer Driven Approach. 2nd ed.* New York: The Free Press.
- Septi Winarsih, Atik dan Ratminto. (2012). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Solomon & Elnora. Strategi Pemasaran. Jakarta: Kelompok Gramedia, 2003.
- Sugiono. 1999. Metodologi Penelitian Administrasi. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa. Beta.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2005). Asas-asas Marketing. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2007). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Total Quality Service*, Gramedia, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Tse dan Wilton (1988). Kepuasan Pelanggan, jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Widyaningtyas, Richa., 2010. 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina di PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang' [Thesis]. Semarang Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Wilkie, W.L (1990), "*Consumer Behavior*", 2nd ed., John Wiley & Sons. New York

Wursanto, Drs. Ig, 2003, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*, Andi Offset, Yogyakarta.

Zeithaml et al. 1996. *Measuring The Quality Of Relationship In Customer*.