

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAAN PENUMPANG KAPAL
PT. PELNI SEMARANG MELALUI KEPUTUSAN PENGGUNAAN
(Studi pada KM. Egon Semarang-Kumai)**

Novia Ardianti¹ & Widayanto²

Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

Email¹: nov.ardianti@gmail.com

Abstract: *Transportation is an aspect of advertising that has numerous influences. One of the modes of shipping in Indonesia is the vessel. PT Pelni (PT Pelni) is a passenger shipping company of Indonesia that spans across Indonesian archipelago and the national cargo. KM Egon is one of the vessels belong to PT. Pelni operates from Semarang-Kumai. This type of research is explanatory research, using a questionnaire as a method of data collection. The research method used is the Non Probability Sampling technique with Purposive Sampling and Accidental Sampling methods. Samples collected were 100 KM, passenger respondents. Egon Pelni Semarang-Kumai was chosen based on consideration. The study used a Partial Least Square analysis technique, which is estimated with the WarpPLS 6.0 program. The results of the analysis by WarpPLS showed that the test results of the direct effect on the research model are positive and significant on the effect of Service Quality on Passenger Satisfaction. The effect of Prices on Passenger Satisfaction showed negative and significant results, the effect of Service Quality on Decision of Use showed positive and significant results, Prices for Use Decisions showed negative and significant results, and the effect of Use Decisions on Passenger Satisfaction shows positive and significant results. Test the indirect effect on the research model that is the effect of Service Quality on Passenger Satisfaction through the Decision of Use shows positive and significant results, the effect of Prices on Passenger Satisfaction through the Decision of Use shows negative and significant results. Suggestions for PT. Pelni is based on the lowest recapitulation value are improving service quality, providing adequate facilities, and improving the quantity and quality of officers to work based on the SOP.*

Keywords: *Service Quality, Price, Purchase Decision, Customer Satisfactions, Pelni*

Abstrak: Transportasi merupakan aspek perekonomian yang memiliki pengaruh yang sangat besar. Moda transportasi laut di Indonesia salah satunya kapal. PT Pelni (PT Pelni) merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi laut yang meliputi jasa angkutan penumpang dan muatan barang antar pulau. KM. Egon merupakan salah satu kapal milik PT. Pelni yang beroperasi dari Semarang-Kumai. Tipe penelitian ini adalah explanatory research, dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik Non Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling dan Accidental Sampling. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden penumpang KM. Egon Pelni Semarang-Kumai yang dipilih berdasarkan pertimbangan. Penelitian menggunakan teknik analisis *Partial Least Square*, yang diestimasi dengan program WarpPLS 6.0. Hasil analisis dengan WarpPLS menjelaskan bahwa pada hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil negatif dan signifikan, pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil positif dan signifikan, Harga terhadap Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil negatif dan signifikan, dan pengaruh Keputusan Penggunaan terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil positif dan signifikan. Uji pengaruh tidak langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil negatif dan signifikan. Saran kepada pihak PT. Pelni berdasarkan nilai rekapitulasi terendah yang diberikan responden pada indikator penilaian, yaitu mengevaluasi kualitas pelayanan, menyediakan fasilitas yang memadai, serta terus meningkatkan kuantitas dan kualitas petugas agar bekerja sesuai SOP.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Penggunaan, Kepuasan Penumpang, Pelni

Pendahuluan

Negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai luas sekitar 5.193.250 km² (mencakup daratan dan lautan). Indonesia terbentang sepanjang 3.977 mil dari Samudera Indonesia hingga Samudera Pasifik. Ini menjadikan Indonesia memiliki lautan yang luas sekitar 3.273.810 km², maka sudah sewajarnya bila negara maritim ini menempatkan perhubungan laut dalam kedudukan yang amat penting karena dalam wilayah seluas itu tersebar 17.508 pulau baik besar maupun kecil dan hampir setengahnya dihuni oleh manusia yang mutlak saling berhubungan.

Transportasi merupakan aspek perkonomian yang memiliki pengaruh yang sangat besar. Semakin berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan. Moda transportasi laut di Indonesia salah satunya kapal. Seiring dengan bertambahnya kebutuhan transportasi masyarakat, menjadikan persaingan diantara perusahaan-perusahaan kapal semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mengerahkan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan. Konsumen menginginkan suatu bentuk pelayanan yang berkualitas dari kapal. Kualitas menurut Tjiptono (2000:51) bahwa “Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006:259). Penurunan jumlah penumpang kapal terjadi karena semakin ketatnya persaingan dan munculnya pesaing baru meskipun perusahaan telah memperbaiki sistem manajemen perusahaan. PT Pelni memiliki pesaing – pesaing yang memiliki berbagai keunggulan dan kelemahan yang dapat dimanfaatkan oleh Kapal PT Pelni untuk berusaha meningkatkan jumlah penumpang. Selain masalah kualitas pelayanan, persepsi harga juga merupakan masalah yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian, Basu Swastha & Irawan 2005: mengatakan harga ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan.

Berdasarkan dari kesenjangan pada latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada penumpang Kapal PT Pelni yang dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu kualitas pelayanan. Guna mencapai tujuan itu maka peneliti mengangkat hal ini menjadi sebuah pembahasan didalam Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT. Pelni Semarang melalui Keputusan Penggunaan” (Studi pada KM. Egon Pelni Semarang-Kumai).**

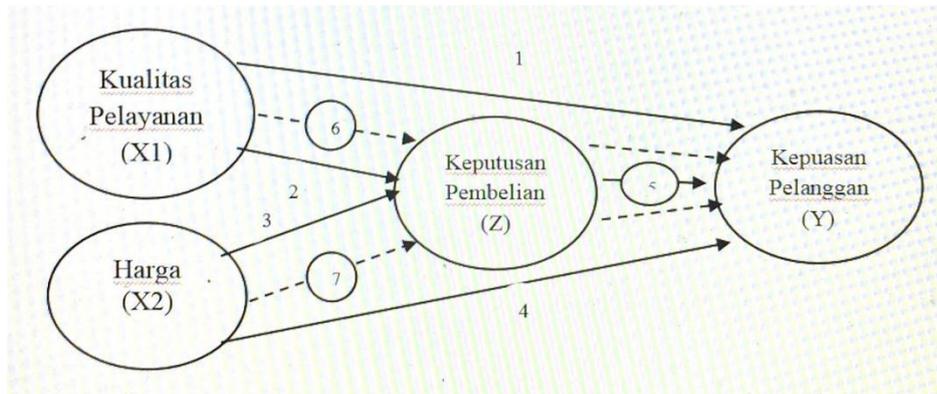
Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara atas suatu rumusan masalah penelitian, yang mana hipotesis itu sendiri harus dilakukan serangkaian uji empiris untuk mengetahui kebenarannya (Badri, 2012:6). Hipotesis atas rumusan permasalahan penelitian didapati sebagai berikut:

- H1 : adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang
- H2 : adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan
- H3 : adanya pengaruh antara harga terhadap keputusan penggunaan
- H4 : adanya pengaruh antara harga terhadap kepuasan penumpang
- H5 : adanya pengaruh antara keputusan penggunaan terhadap kepuasan penumpang
- H6 : adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang melalui keputusan penggunaan

H7 : adanya pengaruh antara harga terhadap kepuasan penumpang melalui keputusan penggunaan

Model Hipotesis



Keterangan :

Variabel Bebas (Independen)

Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Mediasi (Intervening)

: Kualitas Pelayanan (X1)
: Harga (X2)

: Kepuasan Pelanggan (Y)

: Keputusan Pembelian (Z)

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1998 dalam Fasochah & Harnoto (2013:5) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap keterhandalan (*excellence*) yang dilakukan oleh konsumen.

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sesuatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler 2001:439). Sedangkan Menurut Tjiptono (2009:138) Secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang atau (satuan moneter) dan aspek lain (Non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.

Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Kepuasan Penumpang

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.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan pengaruh antara satu variabel lain adalah kualitas pelayanan, harga sebagai variabel-variabelnya, sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel intervening yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

Penggunaan tipe ini sesuai dengan tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji rumusan hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah tingkat individu, yakni penumpang KM. Egon Pelni yang terpilih sebagai responden sesuai dengan teknik sampling yang ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang KM. Egon Pelni Semarang. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* termasuk dalam teknik *non-probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Berdasarkan teori dari Ghazali, serta pendapat menurut Sholihin dan Ratmono diatas, peneliti mengambil sampel penumpang KM. Egon Pelni tujuan Semarang-Kumai sebanyak 100 orang.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Dalam uji ini dinyatakan bahwa masing-masing item pertanyaan dari tiap variabel dinyatakan valid dan reliabel sehingga masing-masing item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

Validitas Konvergen

Tabel 1. Hasil Uji Convergent Validity Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan

Output Combined Loading and Cross Loading

	KP_X1	H_X2	Kptsn_Z	Kpuas_Y	Type (a	SE	P value
KP_10	0.803				Reflect	0.080	<0.001
KP_11	0.774				Reflect	0.081	<0.001
KP_12	0.768				Reflect	0.081	<0.001
KP_13	0.845				Reflect	0.078	<0.001
KP_14	0.870				Reflect	0.078	<0.001
H_1		0.871			Reflect	0.079	<0.001
H_4		0.871			Reflect	0.079	<0.001
Kptsn_1			0.879		Reflect	0.079	<0.001
Kptsn_2			0.879		Reflect	0.079	<0.001
Kpuas_1				0.920	Reflect	0.078	<0.001
Kpuas_3				0.920	Reflect	0.078	<0.001

Sumber: Hasil analisis, 2021

Tabel diatas dapat diketahui bahwa sudah tidak ada indikator dengan loading kurang dari 0,70 sehingga berdasarkan tabel tersebut indikator-indikator yang tertera dapat dipergunakan. Selanjutnya untuk lebih membuktikan dan meyakinkan lagi, dapat dilihat pada *Output* nilai dari

AVE dan *Composite Reliability*. Berikut disajikan hasil nilai AVE dan *Composite Reliability* pada *Output Latent Variable Coefficients* setelah beberapa indikator dihapuskan.

Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan, berikut output latent variable coefficient

Tabel 2. Output Latent Variable Coefficients

	KP	H	Kptsn	KPuas
R-squared			0.154	0.482
Adj R-squared			0.137	0.466
Composite reliability	0.907	0.863	0.872	0.917
Cronbach's alpha coefficients	0.871	0.862	0.707	0.819
Average variances extracted	0.661	0.759	0.773	0.847
Full collin. VIFs	1.484	2.051	1.184	1.731
Q-squared			0.143	0.484

Sumber: Hasil analisis, 2021

Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai AVE sudah diatas 0,50 dan *Composite Reliability* juga diatas 0,70 sehingga tidak ada lagi indikator yang akan dihapuskan dan dapat disimpulkan validitas konvergen sudah dapat terpenuhi.

Validitas Diskriminan

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan Output Combined Loading and Cross Loading

	KP_X1	H_X2	Kptsn_Z	KepuasY	Type (a	SE	P value
KP_10	0.803	0.115	0.042	0.017	Reflect	0.080	<0.001
KP_11	0.774	-0.224	-0.084	0.069	Reflect	0.081	<0.001
KP_12	0.768	0.266	0.109	-0.154	Reflect	0.081	<0.001
KP_13	0.845	-0.103	0.041	0.115	Reflect	0.078	<0.001
KP_14	0.870	-0.041	-0.100	-0.053	Reflect	0.078	<0.001
H_1	0.147	0.871	-0.188	0.114	Reflect	0.079	<0.001
H_4	-0.147	0.871	0.188	-0.114	Reflect	0.079	<0.001
Kptsn_1	0.075	-0.087	0.879	0.056	Reflect	0.079	<0.001
Kptsn_2	-0.075	0.087	0.879	-0.056	Reflect	0.079	<0.001
Kpuas_1	-0.038	0.312	0.051	0.920	Reflect	0.078	<0.001
Kpuas_3	0.038	-0.312	-0.051	0.920	Reflect	0.078	<0.001

Sumber: Hasil analisis, 2021

Tabel diatas dapat dilihat bahwa sudah tidak terdapat nilai *loading* yang lebih tinggi dari *cross loading*. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa validitas diskriminan sudah terpenuhi.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk variabel dalam penelitian ini ditunjukkan oleh nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Parameter yang digunakan untuk menunjukkan variabel tersebut reliabel adalah *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus lebih dari 0,70. Berikut ini disajikan data mengenai nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Tabel 4. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	KP	H	Kptsn	Kpuas
Composite reliability	0.907	0.863	0.872	0.917
Cronbach's alpha coefficients	0.871	0.862	0.707	0.819

Sumber: Hasil analisis, 2021

Tabel diatas dapat diketahui bahwa *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk setiap variabel sudah lebih besar dari 0,70. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel telah reliabel.

Koefisien Determinasi (R-squared)

Model dalam PLS dimulai dengan melihat R-squared untuk setiap variabel laten dependen. Berikut ini adalah tabel mengenai nilai *R-squared* dari masing-masing variabel penelitian yang dipengaruhi variabel lain

Tabel 5. R-Squared

	KP	H	Kptsn	Kpuas
<i>R-Squared</i>	0.154	0.482		

Sumber: Hasil analisis, 2021

Data pada tabel 3.23 diatas dapat diketahui bahwa nilai *R-squared* variabel Keputusan Penggunaan sebesar 0.154 sedangkan *R-squared* Kepuasan Penumpang sebesar 0.482. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Keputusan Penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 15.4%. Sedangkan variabel Kepuasan Penumpang dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keputusan Penggunaan sebesar 48,2%. Hasil *R-squared* variabel Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Penumpang tersebut masuk dalam kategori *R-squared* kuat sehingga dinilai model baik.

Relevansi Prediktif (Q-squared)

Q-squared atau yang biasanya juga disebut *Stoner-Geiser coefficients* merupakan ukuran nonparametrik yang digunakan untuk penilaian validitas prediktif atau relevansi dari sekumpulan variabel laten prediktor pada variabel kriteria. Kriteria model yang baik adalah nilai *Q-squared* harus lebih besar dari nol. Berikut adalah hasil estimasi untuk *Q-squared* pada model ini dimana hasilnya dapat dilihat pada *Output Latent Variabel coefficients*.

Tabel 6. Q-Squared

	KP	H	Kptsn	Kpuas
<i>Q-Squared</i>	0.156	0.485		

Sumber: Hasil analisis, 2021

Hasil estimasi pada tabel 3.24 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Q-squared* lebih besar dari nol yaitu Keputusan Penggunaan sebesar 0.156 dan Kepuasan Penumpang sebesar 0.485. Maka dapat diartikan bahwa model penelitian ini memiliki validitas prediktif yang baik.

Ukuran Efek (F-squared effect size)

Ukuran Efek / *Effect Size* dihitung sebagai nilai absolut kontribusi individual setiap variabel laten prediktor pada nilai *R-squared* variabel kriteria. *Effect Size* dikelompokkan

menjadi tiga kriteria yaitu lemah (0.02), medium (0.15), dan besar (0.35). Berikut adalah hasil dari *effect size* yang terdapat pada *Output Standard Errors and Effect Size for Path coefficients*.

Tabel 7. Effect Size for Path coefficients

	KP	H	Kptsn	Kpuas
KP				
H				
Kptsn	0.098	0.056		
Kpuas	0.050	0.353	0.080	

Sumber: Hasil analisis, 2021

Hasil *Effect Size* pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ada variabel yang mempunyai pengaruh lemah yaitu Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan sebesar 0.098, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 0.050, Harga terhadap Keputusan Penggunaan yaitu sebesar 0.056, dan Keputusan Penggunaan terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 0.080. Tidak ada pengaruh medium pada variabel diatas. Variabel yang termasuk kedalam kategori besar yaitu Harga terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 0.353.

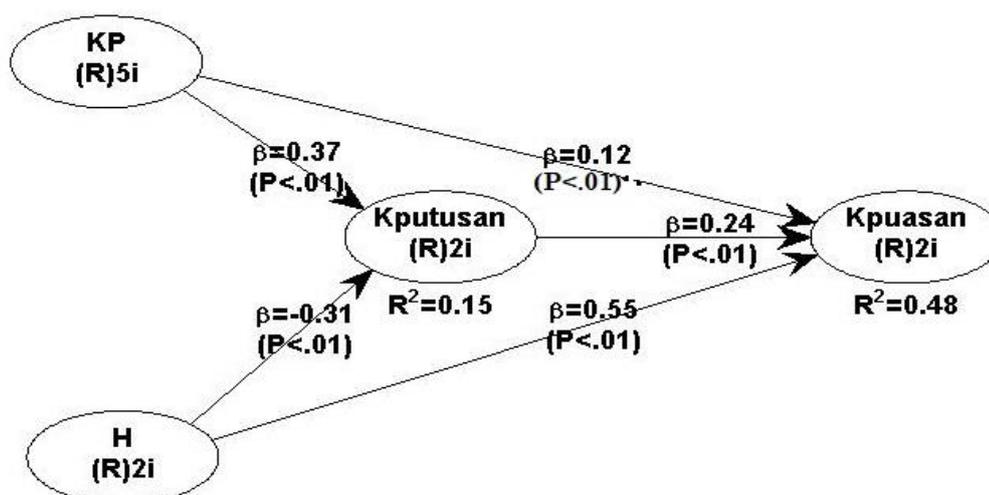
Uji Hipotesis

Prosedur pengujian dalam model penelitian ini menggunakan dua langkah menurut Hair, dkk (2011) dalam Sholihin dan Ratmono (2013:56) yaitu :

1. Langkah pertama adalah dengan cara melakukan estimasi *direct effect* yaitu menguji pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang.
2. Langkah kedua adalah dengan cara melakukan estimasi *indirect effect* yaitu menguji pengaruh tidak langsung antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang. Melalui Keputusan Penggunaan sebagai pemediasi.

Adapun hasil model analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Diagram Path Analysis Model



Sumber: Hasil analisis, 2021

Sebagai hasil akhir dari pengujian hipotesis yang berbentuk *diagram path analysis* dapat di jelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (KP) berpengaruh langsung terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Kputusan) sebesar 0.37 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Variabel Harga (H) berpengaruh langsung terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Kputusan) sebesar 0.31 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Variabel Kualitas Pelayanan (KP) berpengaruh langsung terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Kpuasan) sebesar 0.12 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Variabel Harga (H) berpengaruh langsung terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Kpuasan) sebesar 0.55 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Variabel Keputusan Penggunaan (Kputusan) berpengaruh langsung terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Kpuas) sebesar 0.24 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Hasil pengujian tidak langsung pada model *diagram path analysis* diatas juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (KP) terhadap Kepuasan Penumpang (Kpuasan) melalui Keputusan Penggunaan (Kputusan) sebesar 0.089 dengan nilai signifikansi $p < 0.001$. Sedangkan pengaruh Harga (H) terhadap Kepuasan Penumpang (Kpuas) melalui Keputusan Penggunaan (Kputusan) sebesar -0.074 (negatif/terbalik) dengan nilai signifikansi $p < 0.001$.

Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan uji pengaruh langsung pada variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah koefisien jalurnya harus signifikan sebagai syarat pengujian pengaruh langsung (*direct effect*). Berikut adalah tabel *direct effect* pada *Output path coefficients and P values*:

Tabel 8. *Direct Effect* pada *Output Path Coefficient*

	KP	H	Kptsn	Kpuas
KP				
H				
Kptsn	0.372	-0.309		
Kpuas	0.121	-0.551	0.240	

Sumber: Hasil analisis, 2021

Tabel 9. *P Values*

	KP	H	Kptsn	Kpuas
KP				
H				
Kptsn	<0.001	<0.001		
Kpuas	<0.001	<0.001	0.003	

Sumber: Hasil analisis, 2021

Data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (KP) berpengaruh positif langsung terhadap variabel) Keputusan Penggunaan (Kputusan) sebesar 0.372 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Harga (H) berpengaruh negatif langsung terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Kputusan) sebesar -0.309 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Kualitas Pelayanan (KP) berpengaruh positif langsung terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Kpuasan) sebesar 0.121 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Harga (H) berpengaruh negatif langsung terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Kpuasan) sebesar -0.551 dengan nilai signifikansi $p < 0.01$. Keputusan Penggunaan (Kputusan) berpengaruh positif langsung terhadap variabel Kepuasan Penumpang (Kpuasan) sebesar 0.24 dengan nilai signifikansi $p = 0.03$.

Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Uji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dapat dilakukan dengan syarat bahwa hasil koefisien jalur pengaruh langsung model penelitian sudah signifikan. Variabel keputusan pembelian dimasukkan dalam model penelitian sebagai variabel pemediasi. Berikut ini disajikan tabel mengenai *indirect effect for paths with 2 segments*.

Tabel 10. *Indirect Effect for paths with 2 segment dan p values*

	KP	H	Kptsn	Kpuas
KP				
H				
Kptsn				
Kpuas	0.089 (P<0.001)	-0.074 (P<0.001)		

Sumber: Hasil analisis, 2021

Data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil estimasi koefisien jalur pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang menjadi 0.089 dan signifikansi dengan nilai P<0.001, sedangkan hasil estimasi nilai koefisien jalur pengaruh langsung variabel Harga terhadap Kepuasan Penumpang menjadi -0.074 dan signifikan dengan nilai p<0.001. Hasil estimasi perubahan nilai koefisien jalur pengaruh langsung dalam model ini akan lebih lanjut dianalisis menggunakan metode *Variance Accounted For* (VAF).

Pengujian Mediasi SEM-PLS dengan metode *Variance Accounted For* (VAF)

VAF merupakan ukuran seberapa besar variabel intervening mampu menyerap pengaruh langsung sebelumnya signifikan dari model tanpa pemediasi. Sebelum melakukan pengujian dengan metode VAF, hasil uji *indirect effect* harus signifikan. Salah satu keistimewaan dari software Warp-PLS 6.0 adalah dapat memberikan *Output* nilai pengaruh tidak langsung dalam *total effect* secara langsung beserta signifikansinya sehingga tidak perlu menghitung manual menggunakan rumus Sobel. Berikut adalah *Output indirect* yang akan dijadikan dasar pengambilan keputusan hipotesis untuk pengaruh tidak langsung.

Tabel 11. *Indirect Effect for paths with 2 segment dan p values*

	KP	H	Kptsn	Kpuas
KP				
H				
Kptsn				
Kpuas	0.089 (P<0.001)	-0.074 (P<0.001)		

Sumber: Hasil analisis, 2021

Tabel diatas dapat diketahui bahwa pengaruh positif tidak langsung antara variabel **Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan sebesar 0.089 dengan P<0.001 (signifikan)**. Sedangkan pengaruh negatif tidak langsung lainnya adalah **Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan sebesar -0.074 dengan p<0.001 (signifikan)**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *indirect effect* sudah signifikan dan dapat dilakukan perhitungan efek mediasi dengan menggunakan metode VAF. Perhitungan VAF dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Perhitungan Metode VAF

Pengaruh Tidak Langsung		
1	Kualitas Pelayanan → Keputusan Penggunaan → Kepuasan Penumpang	0.089
2	Harga → Keputusan Penggunaan → Kepuasan Penumpang	-0.074
Pengaruh Langsung		
1	Kualitas Pelayanan → Keputusan Penggunaan	0.372
2	Harga → Keputusan Penggunaan	-0.309
3	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Penumpang	0.121
4	Harga → Kepuasan Penumpang	-0.551
5	Keputusan Penggunaan → Kepuasan Penumpang	0.240
Pengaruh Total		
Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan, dan Kepuasan Penumpang		
1	(0.089 + 0.121)	0.210
2	Harga, Keputusan Penggunaan, dan Kepuasan Penumpang (-0.074 + -0.551)	-0.625
VAF= Pengaruh Tidak Langsung / Pengaruh Total		
1	VAF= Kualitas Pelayanan (0.089 / 0.210)	0.420
2	VAF= Harga (-0.074 / -0.625)	-0.218

Sumber: Hasil analisis, 2021

Perhitungan VAF untuk menguji pengaruh variabel Keputusan Penggunaan sebagai pemediasi antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang adalah sebesar 0.420 atau 42%. Sedangkan nilai VAF pada variabel Harga terhadap Kepuasan Penumpang sebesar -0.218 atau 21,8%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Penggunaan memiliki efek mediasi parsial yaitu nilai VAF diantara 20%-80% masuk kedalam kategori mediasi parsial (Hair dkk, 2013) dalam Sholihin dan Ratmono (2013:82). Hasil penelitian ini menunjukkan Keputusan Penggunaan sebagai variabel pemediasi dapat meningkatkan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang.

Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil uji pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel dependen, independen, dan variabel mediasi seperti yang tertera pada tujuan penelitian pada Bab 1. Hasil pengujian model ini diolah menggunakan bantuan program Warp-PLS.

Hipotesis pertama yaitu diduga ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang. Menurut Lupiyoadi (2013:216) mengemukakan bahwa kualitas layanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh langsung antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 0.121 dan signifikan dengan nilai $p < 0.001$. Berdasarkan hasil perhitungan, maka hipotesis pertama **diduga ada pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang terbukti berpengaruh dan signifikan.**

Pengujian hipotesis selanjutnya yaitu hipotesis kedua diduga ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan. Parasuraman (1998 dalam Fasochah & Harnoto (2013:5) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap keterhandalan (*excellence*) yang dilakukan oleh konsumen. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Hasil uji menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan sebesar 0.372 dengan signifikansi nilai $p < 0.001$. Berdasarkan hasil perhitungan, maka hipotesis kedua **diduga ada pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan terbukti berpengaruh dan signifikan**.

Hipotesis ketiga yaitu diduga ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan. Menurut Tjiptono (2009:167) tujuan penetapan harga bisa mendukung strategi pemasaran berorientasi kepada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga lebih murah dapat meningkatkan penjualan jumlah pemakai, tingkat pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategorisasi tertentu. Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Berdasarkan hasil uji peneliti, harga berpengaruh langsung dan terbalik terhadap keputusan penggunaan sebesar -0.309 dengan signifikansi nilai $p = 0.001$. Berdasarkan hasil perhitungan, maka hipotesis ketiga **diduga ada pengaruh langsung Harga terhadap Keputusan Penggunaan terbukti berpengaruh dan signifikan**.

Hipotesis keempat yaitu diduga terdapat pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan Penumpang. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Usman dan Zia Ur Rehman menunjukkan dampak kepuasan ekonomi dan sosial pada sensitivitas harga adalah signifikan dan terbalik. Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Hasil uji menunjukkan harga berpengaruh langsung dan terbalik terhadap kepuasan penumpang sebesar -0.551 dan signifikan dengan nilai $p < 0.001$ atau Berdasarkan hasil perhitungan, maka hipotesis keempat **diduga ada pengaruh langsung Harga terhadap Kepuasan Penumpang terbukti berpengaruh dan signifikan**.

Hipotesis kelima yaitu diduga ada pengaruh variabel Keputusan Penggunaan terhadap Kepuasan Penumpang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muiszudin, membuktikan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat pada PT. Arwana Internusa Tour Pontianak. Kepuasan konsumen memiliki korelasi yang kuat dan berkontribusi cukup besar terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Hasil uji menunjukkan ada pengaruh keputusan penggunaan terhadap kepuasan penumpang sebesar 0.240 dan signifikan dengan nilai $p = 0.003$. Berdasarkan hasil perhitungan, maka hipotesis kelima **diduga ada pengaruh langsung Keputusan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti berpengaruh dan signifikan**.

Hipotesis keenam yaitu diduga ada pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Hasil uji menunjukkan ada pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan dengan nilai koefisien sebesar 0.089 dan dengan nilai $p < 0.001$ yang berarti signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan statistik, maka hipotesis keenam **diduga ada pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan terbukti berpengaruh dan signifikan**. Kontribusi variabel dalam pengaruh tidak langsung memiliki efek mediasi parsial jika nilai VAF diantara 20%-80%. Kontribusi Keputusan Penggunaan dalam pengaruh tidak langsung antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menurut hasil perhitungan VAF menunjukkan bahwa Keputusan Penggunaan termasuk dalam kategori variabel mediasi parsial. Hal ini dapat dilihat pada nilai VAF sebesar 0.420 atau 42%. Kesimpulannya adalah variabel Keputusan Penggunaan bukan satu-satunya variabel pemediasi yang mempengaruhi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang.

Hipotesis ketujuh yaitu diduga ada pengaruh tidak langsung variabel Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan. Hasil penelitian dikatakan berpengaruh dan signifikan apabila analisis pada WarpPLS menyatakan nilai koefisien lebih besar dari pada 0 (nol) dan nilai $p < 0.005$. Hasil uji menunjukkan nilai koefisien sebesar -0.074 dan dengan nilai

$p < 0.001$ yang berarti signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan statistik, maka hipotesis ketujuh **diduga ada pengaruh tidak langsung variabel Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan terbukti berpengaruh dan signifikan**. Kontribusi variabel dalam pengaruh tidak langsung memiliki efek mediasi parsial jika nilai VAF diantara 20%-80%. Kontribusi Keputusan Penggunaan dalam pengaruh tidak langsung antara variabel Harga terhadap Kepuasan Penumpang menurut hasil perhitungan VAF menunjukkan bahwa Keputusan Penggunaan termasuk dalam kategori variabel mediasi parsial. Hal ini dapat dilihat pada nilai VAF sebesar 0.218 atau 21,8%. Kesimpulannya adalah variabel Keputusan Penggunaan bukan satu-satunya variabel pemediasi yang mempengaruhi hubungan antara Harga terhadap Kepuasan Penumpang.

Secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keputusan Penggunaan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Penumpang KM. Egon Peln. Berdasarkan model penelitian yang sudah diolah peneliti bahwa variabel Kepuasan Penumpang dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan melalui Keputusan Penggunaan sebesar 42% sedangkan sisanya 58% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sementara itu secara simultan pula Kepuasan Penumpang dapat dijelaskan oleh variabel Harga melalui Keputusan Penggunaan sebesar 21,8% dan sisanya sebesar 78,2% dijelaskan oleh faktor lain. Kesimpulannya yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga memberikan pengaruh langsung terhadap Kepuasan Penumpang dan juga memberikan pengaruh tidak langsung terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan.

Kesimpulan Dan Saran

Hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan, studi pada penumpang KM. Egon Peln Semarang, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan dan mengemukakan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau acuan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Haega sehingga diharapkan memberikan manfaat bagi perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat dihasilkan kesimpulan yaitu:

Pengaruh Langsung

1. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang.
2. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.
3. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Harga memiliki pengaruh negatif (terbalik) dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.
4. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Harga memiliki pengaruh negatif (terbalik) dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang.
5. Hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Keputusan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang.

Pengaruh Tidak Langsung (Melalui Mediasi)

1. Hasil uji pengaruh tidak langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan (*partial mediation*).

2. Hasil uji pengaruh tidak langsung pada model penelitian ini menunjukkan hasil variabel Harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan (*partial mediation*).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Pelni Semarang untuk meningkatkan Kepuasan Penumpang. Berikut saran dari peneliti diantaranya:

1. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai Kualitas Pelayanan, termasuk dalam kategori kurang baik. Dalam jawaban atas item pertanyaan yang diberikan masih banyak di bawah skor rata-rata. Beberapa yang perlu ditingkatkan yaitu memperbaiki fasilitas fisik melalui modifikasi fasilitas fisik kapal sehingga kualitas pelayanan dapat terjamin dengan baik. Meningkatkan kebersihan kapal saat keberangkatan hingga sampai tujuan, dengan membuat *shift* untuk petugas dengan selang beberapa jam. Meningkatkan kenyamanan melalui modifikasi fasilitas fisik seperti bangku dan tempat tidur yang tidak layak dan fasilitas *wifi* sebagai penunjang fasilitas kapal. Ketepatan waktu harus dibenahi dan diperbaiki melalui koordinasi yang cepat dengan stasiun cuaca di pelabuhan jika terjadi keterlambatan kapal. Meningkatkan ketanggapan petugas dalam menerima keluhan/aspirasi melalui kepedulian, ketepatan serta kecepatan menyelesaikan kendala. Meningkatkan ketanggapan petugas dalam memenuhi kebutuhan pengguna, dengan melaksanakan sesuai standar operasional prosedur (SOP) perusahaan. Keyakinan jaminan kondisi kapal harus ditingkatkan melalui kejelasan jaminan kondisi kapal yang layak dan asuransi keselamatan pengguna.
2. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai Harga, pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas jasa memiliki nilai dibawah rata-rata. Peneliti dapat menyarankan agar bisa merancang strategi untuk anggaran harga tiket yang sesuai dengan jasa yang diberikan.
3. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai Keputusan Penggunaan pada indikator KM. Egon merupakan prioritas utama memiliki nilai dibawah rata-rata. Peneliti dapat menyarankan kepada PT. Pelni untuk mulai memikirkan strategi yang harus dilakukan untuk menjadi KM. Egon prioritas bagi penumpang. Hal itu dapat dilakukan dengan melakukan pelayanan yang baik, dan berbeda dari layanan kapal-kapal lain.
4. Berdasarkan rekapitulasi responden mengenai Kepuasan Penumpang pada indikator bersedia merekomendasikan KM. Egon Pelni memiliki nilai dibawah rata-rata. Peneliti menyarankan agar PT. Pelni meningkatkan kualitas pelayanan dan branding agar calon penumpang mengetahui KM. Egon Pelni, sehingga penumpang bersedia merekomendasikan KM. Egon Pelni.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. "Problems and Strategies in Services Marketing". *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Barry, B. dan Yadav, A. 2007. "The Case Method: Using Case- Based Instruction To Increase Ethical Understanding In Engineering Course". *Journal of American Society for engineering Education*.
- Chandra, G. Tjiptono, F. Chandra, Y. 2002. "Pemanasan Global: Internasionalisasi dan Internisasi. Yogyakarta: Andi

- Dwijowijoto, Ryant Nugroho. 2003. Kebijakan Publik Formulasi,. Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: PT. Elex Media
- Fasochah dan Harnoto. 2013. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada RS Darul Istiqoma Kaliwangu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* No.34 Th.XX
- Freddy, Rangkuti. 2006. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fuad, Sugiarto, Nurlela, H. 2000. Pengantar Bisnis. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana.
- Juliandi, Azuar, Irfan, dan Manurung, Saprial. 2014. "*Metodologi penelitian bisnis konsep dan aplikasi: Sukses menulis skripsi & tesis mandiri*". Medan: UMSU PRESS.
- Kotler dan Armstrong. 2001. "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*". Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid Dua. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Kelller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Lupiyadi, Rambat, 2013. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat
- Namukasa, Juliet. 2013. The Influence Of Airline Service Quality On Passenger Satisfaction And Loyalty The Case Of Uganda Airline Industry, *The TQM Journal*, Vol. 25, No. 5, Pp. 520-532.
- Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing* Vol. 64 No. 1, pp 12-37.
- Rahmayanti, F., 2013. Prinsip dan Cara Kerja Autoklaf. <https://id.scribd.com/doc/194212496/Prinsip-Dan-Cara-Kerja-Autoklaf>.
- Sciffman, dan Kanu, 2007. "Perilaku Konsumen". 2000. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Stanon, William J. Prinsip Pemasaran, Jilid I, Terjemahan: Yohanes Lamarto, Editor Gunawan Hutahuruk, Jakarta: Erlangga
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, Asas-asas Marketing, Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu Dharmamesta dan T. Hani Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu Dharmesta dan Irawan, (2008) Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu., 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu, dan Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen. Yogyakarta : BPFE.
- Saladin, Djaslim, 2003, "Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran", Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya

- Sholihin, Mahfud & Dwi Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan Warp PLS 3.0. (Ed 1). Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &. D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, Kamanto. Pengantar Sosiologi. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia; 2004.
- Tangkilisan, Hessel, Nogi S. 2005. "*Manajemen Publik*". Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tjiptono, Fandi, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandi, 2006. Manajemen Jasa. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandi, 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjptono, Fandi dan Gregorius Chandra, 2012, pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI
- Umar, Husein. 2005. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Yesenia dan Siregar, E.H. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken Di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol. V. No. 3. Hal. 183-199.
- Zeithaml, Valarie A and Bitner. (2000). *Service Marketing 2nd edition : Integrating Customer Focus*. New York. McGraw-Hill Inc.