

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PO. SAFA MARWA
SUNGAI PENUH**

Iil Osta Putra, Eliyusnadi, Awal Khairi
STIA Nusantara Sakti Sungai Penuh

Email :

putrabaharunit20@gmail.com

eliyusnadi@gmail.com

awalkhairi@gmail.com

ABSTRACT

The Influence of Service Quality on Customer Loyalty through Satisfaction as an Intervening Variable for Po Transportation Service Users. SafaMarwa Sungai Penuh. With the Formulation of the Problem Does service quality have a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction in Po transportation service business. SafaMarwa either partially or simultaneously. The purpose of this study was to see the effect of significant influence on customer loyalty through customer satisfaction in the transportation service business. SafaMarwa. This research uses a quantitative approach, where the research method is to use path analysis and multiple linear regression analysis. From the results of research using this method it is known that Service Quality and Satisfaction both have a positive and significant effect on Customer Loyalty with the respective tcount of 3.084 and 1.241 which are greater than the label. And the Indirect Effect of Service Quality on Customer Loyalty through Satisfaction is evidenced by the results of the sobel test $0.246 < 1.96$.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty

ABSTRAK

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pengguna jasa transportasi po. Safa marwa sungai penuh. Dengan rumusan masalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada usaha jasa transportasi po. Safa marwa baik secara parsial maupun simultan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalita spelanggan melalui kepuasan pelanggan pada usaha jasa transportasi po. Safa marwa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana metode penelitiannya adalah menggunakan *path analysis* dan analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian dengan menggunakan metode ini diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan masing- masing nilai hitung sebesar 3,084 dan 1,241 yang lebih besar dari tabel. Serta terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan di buktikan dengan hasil sobel test $0,246 < 1,96$.

Kata kunci :Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia, meningkatnya jumlah penduduk diiringi semakin kompleksnya kebutuhan manusia dalam melakukan mobilisasi berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi, terlebih transportasi darat. Sampaisaat ini transportasi darat masih menjadi pilihan utama sebagian besar masyarakat Indonesia karena dianggap paling murah dan terjangkau.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi darat tersebut memicupersaingan ketat antar perusahaan penyedia jasa transportasi darat. Perusahaan-perusahaan penyedia jasa transportasi darat berlomba-lomba mendapatkan hati para pelanggan untuk memenangkan persaingan dengan berjanji akan memberikan pelayanan terbaik. Namun padakenyataannya janji tersebut belum sepenuhnya terpenuhi sebab hal tersebut sering kali masih menjadi keluhan utama.

Pelayanan merupakan salah satu hal penting yang tidak dapat diabaikan dalam usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Dengan pelayanan yang baik, maka kepuasan dan loyalitas pengguna atau masyarakat dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan. Peran pelayanan akan lebih besar apabila kegiatan-kegiatan jasa pada masyarakat itu terdapat persaingan, tantangan guna mencapai efektivitas dan efisiensi dalam penyelenggaraan tugas organisasi atau perusahaan. Persaingan yang ada tidak hanya dari segi mutu dan jumlah tetapi juga dalam hal layanan. Pelayanan yang baik yaitu pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan berhasil memuaskan kebutuhannya. Memperhatikan pentingnya layanan dalam suatu kegiatan organisasi maka tidaklah heran apabila masalah layanan mendapat perhatian besar dari masyarakat maupun manajemen organisasi itu sendiri terkait dengan kegiatan suatu organisasi.

Kualitas layanan pada suatu organisasi atau lembaga apabila dikelola dengan tepat akan berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas masyarakat. Lewis dan Booms dalam Fandy Tjiptono (2011:157) menyatakan, “Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Sedangkan Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2011:157) mengatakan, “Faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*)”.

Po. Safa Marwa merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa angkutan umum yang menyediakan mobil-mobil travel di Kota Sungai Penuh menuju kota-kota lain di dalam dan luar Provinsi Jambi. Po. Safa Marwa berkantor pusat di Jln. Yos Sudarso, Desa Gedang, Kec. Sungai Penuh, Kota Sungai Penuh dan memiliki beberapa cabang kantor di kota-kota lain. Visi dari perusahaan tersebut adalah memprioritaskan keselamatan jiwa dan misinya adalah untuk selalu maju dan berkembang di bidang jasa transportasi. Travel Po. Safa Marwa merupakan perusahaan travel yang memiliki jumlah armada terbanyak dibandingkan dengan perusahaan travel lainnya di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci yang beroperasi setiap hari dan dilengkapi dengan armada yang terbaik sehingga memiliki beberapa keunggulan yaitu antara lain kemudahan pelanggan untuk menggunakan jasa travel karena jumlah armada yang tersedia banyak dan tarif yang memadai.

Dilihat dari segi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen bahwa Masih terdapat banyak sekali permasalahan teknis di lapangan perihal pelayanan yang diberikan baik di kantor maupun operasional seperti :

1. Pengemudi yang memutar musik dengan keras ketika membawa penumpang.
2. Karyawan bagian pemesanan tiket yang terkesan kasar dan cuek dalam pelayanan
3. Pengemudi mengambil penumpang di jalan tanpa sepengetahuan pihak perusahaan.
4. Pengemudi mengambil rute yang lebih jauh dari rute seharusnya.

5. Keterlambatan keberangkatan.
6. Pengemudi mengendarai kendaraan dengan ugal-ugalan dan sebagainya yang merupakan keluhan-keluhan yang sering dirasakan oleh penumpang selaku pengguna jasa travel.
7. Keterlambatan sampai ke tujuan sehingga membuat penumpang kesal dan marah.

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 (Griffin, 2005:31).

(Fandy Tjiptono, 2002) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan perusahaan yang menyediakan pelayanan jasa kepadanya, dengan kualitas pelayanan yang baik pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan pelayanan yang menyenangkan.

(Caruana, 2002:811-828) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian untuk mengetahui pengaruh kompetensikualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh, untuk itu peneliti mengambil judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PO. SAFA MARWA SUNGAI PENUH“.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa.
4. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada usaha jasa transportasi Po. Safa Marwa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Fandi (2007:82), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Pengertian selanjutnya menurut Lupiyadi (2001), kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta dapat mempengaruhi dari loyalitas pelanggan.

Ikatan emosional semacam ini memungkinkan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya menurut Andriasan (2016), perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai (Kotler dan Keller, 2009:134). Loyalitas pelanggan merupakan konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan konsumen terhadap sebuah produk ataupun merek (Ishak dan Luthfi, 2011). Menurut Subagio dkk, (2012) pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk ataupun merek juga akan memiliki kemauan untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Menurut Oliver (2010) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan bentuknya beragam dan tidak bisa disaratakan. Oliver (2010) membagi loyalitas pelanggan menjadi beberapa tingkatan sebagai berikut :

a. *Cognitive Loyalty*

Loyalitas kognitif terbentuk berdasarkan informasi yang diterima konsumen.

b. *Affective Loyalty*

Loyalitas yang terbentuk karena adanya keterikatan emosional dalam benak pelanggan. Loyalitas afektif muncul berdasarkan pada pelanggan yang membeli produk atau jasa karena mereka menyukainya.

c. *Conative Loyalty*

Loyalitas konatif terbentuk berdasarkan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk dan jasa secara konsisten dimasa mendatang.

d. *Action Loyalty*

Kebiasaan dan perilaku respon secara rutin pelanggan untuk membeli produk dan jasa suatu perusahaan.

Kepuasan

Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan melalui sikap pelanggan setelah memperoleh hasil yang didapatkan. Kepuasan pelanggan akan terlihat dari seberapa baik hasil yang didapatkan dan dirasakan. Semakin baik kualitas hasil yang didapatkan, maka kepuasan pelanggan akan semakin baik. Kata kepuasan (*satisfaction*) menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011: 433) berasal dari bahasa Latin “satis” yang berarti cukup baik, memadai, dan “factio” yang berarti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Masyarakat merupakan pelanggan utama yang memperoleh pelayanan. Pelayanan yang terbaik akan diberikan oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan masyarakat. Oleh sebab itu, mengukur tingkat kepuasan masyarakat sangatlah perlu karena akan memberikan informasi yang bermanfaat guna perkembangan perusahaan tersebut. Tse dan Wilton dalam Rambat Lupiyoadi (2004: 349) menjelaskan: “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”. Perusahaan dapat mengetahui kepuasan dari masyarakat melalui umpan balik yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan pemberi layanan tersebut sehingga dapat menjadi masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan masyarakat. Salah satu contoh umpan balik dapat diketahui pada saat masyarakat komplain atau mengeluh, dengan adanya komplain atau keluhan tersebut, perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan pelayanan sehingga dapat memuaskan masyarakat yang belum puas.

Sedangkan menurut Wilkie dalam Fandy Tjiptono (2014: 354) mendefinisikan “Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”. Tanggapan emosional bisa berupa perasaan lebih yang dirasakan ketika sesuatu keinginan yang diharapkannya tercapai. Masyarakat yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama tanpa adanya keluhan untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan definisi kepuasan pelanggan sebagai hasil evaluasi yang didapatkan dari pelayanan serta pengalaman pemakaian produk atau jasa. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, masyarakat akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, masyarakat akan sangat puas.

III. METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini merupakan suatu penelitian eksplanatori, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan studi kausal. Pada penelitian eksplanatori ini, pengumpulan data didapatkan dari penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang berupa wawancara, kuisioner ataupun pengamatan langsung terhadap keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *Non Probability Sampling* dan pengambilan responden menggunakan teknik *incidental sampling* dengan menggunakan rumus Slovin yang didapat jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Pendekatan Penelitian

Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh, dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2006:66) deskriptif kuantitatif merupakan alat untuk menganalisis dengan melakukan perhitungan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Linearitas

Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Penilaian uji linieritas yaitu dapat dilihat dengan nilai sig. linearity > 0,05 maka variabel tersebut dikatakan linear.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 25, berikut ini dapat disajikan hasil uji Linearitas disertai penjelasannya pada Tabel 3.5 di bawah ini:

**Tabel 3.5 Hasil Pengujian Linearitas
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandarized Residual *	Between Groups	(Combined)	222.053	7	31.722	44.250	.000
		Linearity	194.361	1	194.361	271.120	.000
		Deviation from Linearity	27.693	6	4.615	6.438	.102
Unstandarized Predicted Value	Within Groups		26.525	37	.717		
	Total		248.578	44			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji Linearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi linearity sebesar $0,102 > 0,05$ maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dengan dependen.

**Tabel 3.6 Hasil Pengujian Linearitas
Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandarized Residual *	Between Groups	(Combined)	152.129	7	21.733	9.968	.000
		Linearity	126.242	1	126.242	57.902	.000
		Deviation from Linearity	25.887	6	4.314	1.979	.094
Unstandarized Predicted Value	Within Groups		80.671	37	2.180		
	Total		232.800	44			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji Linearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi linearity sebesar $0,094 > 0,05$ maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dengan dependen.

**Tabel 3.7 Hasil Pengujian Linearitas
Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandarized Residual *	Between Groups	(Combined)	136.417	7	19.488	7.481	.000
		Linearity	102.300	1	102.300	39.271	.000
		Deviation from Linearity	34.116	6	5.686	2.183	.067
Unstandarized Predicted Value	Within Groups		96.383	37	2.605		

rdized Predicted Value	Total	232.800	44			
------------------------------	-------	---------	----	--	--	--

Sumber : Lampiran

Berdasarkan hasil uji Linearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi linearity sebesar $0,067 > 0,05$ maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dengan dependen.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3.8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	.218	4.585
Kepuasan	.218	4.585

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Model regresi tidak terjadi kolerasi diantara variabel independent dibuktikan dengan nilai Tolerance Kualitas Pelayanan dan Kepuasan sebesar $0.218 < 0.10$ dengan nilai VIF $4.585 > 10$ yang memiliki arti bahwa model regresi sudah baik karna tidak terjadi kolerasi diantara variabel independent.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian dan analisis bab-bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Jasa Transportasi Po. Safa Marwa Sungai Penuh sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel diatas diketahui thitung > tabel sebesar $3,084 > 1,68107$ dengan tingkat signifikan $0,004$ (Signifikansi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan di Jasa Transportasi PO. Safa Marwa Sungai Penuh (Y).

1. Kepuasan

Berdasarkan Tabel diatas diketahui thitung > tabel sebesar $1.241 > 1,68107$ dengan tingkat signifikan $0,000$ (Signifikansi $< 5\%$) Maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan di Jasa Transportasi PO. Safa Marwa Sungai Penuh (Y).

2. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini dibuktikan dengan diperoleh nilai f hitung sebesar $24,943$ dan f tabel sebesar $3,22$ dengan signifikansi sebesar $0,000$ oleh karena itu f hitung $>$ f tabel ($24,943 > 3,22$) maka dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “ Kualitas Pelayanan dan Kepuasan bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan di Jasa Transportasi PO. Safa Marwa Sungai Penuh”.

3. Terdapat Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan di buktikan dengan nilai Z sebesar 0.24639807, karena nilai Z yang diperoleh sebesar $0.246 < 1,96$ dengan signifikan 5% maka membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sudah sangat baik di Jasa Transportasi PO. Safa Marwa Sungai Penuh.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Andriasan, Sudarso. (2016), Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapidengan Hasil Riset pada Hotel Berbintang 5 di Sumatera Utara). Yogyakarta.
- Atep, AB. (2006) Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003
Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor KEP/25/M.PAN/2/2004
Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Benyamin Molan. Edisi Kedua Belas. Jakarta : Penerbit Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). Edisi Pertama. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2004). Manajemen Perusahaan Jasa: Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyaningriani, E, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Penumpang Shuttle PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap). Jurnal. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta
- Supriyono, Maryanto. (2011). Buku Pintar Perbankan. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2007). Pemasaran Jasa. Malang: Bayu media Publishing.
- Tjiptono, F. (2011). Perspektif Manajemen dan Pemasaran kontemporer. Yogyakarta : CV. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.