

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada Pengguna Jasa Layanan Kantor Pos Boyolali)

Yessi Agustianti <sup>1)</sup>

Alwi Suddin <sup>2)</sup>

Retno Susanti <sup>3)</sup>

1, 2, 3) Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
e-mail: <sup>1)</sup> yessi@posindonesia.co.id

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze (1) the influence of service quality on customer satisfaction Post Office Boyolali. (2) the influence of service quality on customer loyalty of Post Office Boyolali. (3) the influence of customer satisfaction on customer loyalty of Boyolali Post Office. (4) the influence of service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction. The research was conducted at Boyolali Post Office. The population of 432 people. Samples used as much as 20% of the total population of 130 respondents. Sampling technique with purposive sampling, and accidental sampling. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis with path analysis model and mediation variable using Sobel Test. The result of the research shows that service quality variable has significant influence to customer satisfaction. Quality of service has a significant influence on customer loyalty. Customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty. Customer satisfaction is able to mediate the influence of service quality on customer loyalty.*

**Keywords:** Loyalty, satisfaction, service quality

## PENDAHULUAN

Sebagai perusahaan bisnis, yang berorientasi kepada laba, Kantor Pos tentunya menginginkan agar bisnis jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dapat diterima dan memberi keuntungan bagi seluruh lapisan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, tentunya bukan hal yang mudah mengingat saat ini begitu pesatnya pertumbuhan perusahaan pesaing, kecanggihan teknologi dan gaya hidup pelanggan yang semakin berkembang.

Saat ini, Kantor Pos banyak melakukan inovasi diberbagai bidang khususnya inovasi produk yang bertujuan memperbaiki dan menambah daya jual produk-produk yang ditawarkan. Kantor Pos bukan lagi sekedar tempat berkirim surat dan mengambil uang, tetapi sudah men-

jadi tempat bertransaksi baik di bidang jasa keuangan, logistik, maupun ritel properti. Dengan beragamnya produk yang ditawarkan oleh Kantor Pos, tentunya dituntut juga untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang datang ke tempat yang sama untuk memenuhi kebutuhan dan merasa puas. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus melalui beberapa tahapan dengan kebutuhan yang berbeda, sehingga perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pengguna jasa menjadi pelanggan yang loyal.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mem-

pertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para pesaing perusahaan sejenis. Pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya (Lovelock, 2011: 338).

Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Kualitas Pelayanan merupakan suatu studi tentang bagaimana bagian pemasaran dan operasional secara bersama melalui teknologi dan orang-orangnya mampu merencanakan, menciptakan dan menyerahkan suatu transaksi yang bermanfaat bagi pelanggan dan kaitannya dengan pelayanan mereka.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi (studi pada Toko Basuki jaya Yogyakarta).

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingan cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas

pelanggan saling berhubungan, yang artinya bila ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Tjiptono (2012;12) berpendapat tidak ada gunanya menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas jika tidak dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Pada dasarnya tujuan dari suatu organisasi adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Hasil penelitian Suswardji (2012) menghasilkan temuan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan akan semakin meningkat, hal ini dikarenakan berdasarkan uji empirik yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang positif.

Kotler (2011: 44) menyatakan secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Oliver (2010: 45), loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen yang dipegang secara kuat untuk membeli kembali atau menggunakan produk-produk atau layanan yang disukai dimasa mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan upaya-upaya pemasaran yang memiliki potensi dapat mengubah perilaku. Kondisi sosial pelanggan yang semakin meningkat menyebabkan pelanggan semakin sadar akan kualitas. Peningkatan kualitas dan mutu pelayanan pelanggan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Di dalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan yang meliputi aspek fasilitas Kantor Pos, peranan Kantor Pos menjadi sangat penting karena kinerja mereka akan menentukan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Pada awalnya sistem yang ada di Kantor Pos terutama berfungsi sosial,

kemudian terjadi perubahan nilai-nilai yaitu perubahan nilai yang fokus utamanya adalah kualitas pelayanan yang dari fungsi Kantor Pos milik Pemerintah menjadi sebuah organisasi yang berorientasi pada laba. Berdasarkan hal tersebut, sistem operasional Kantor Pos telah melakukan renovasi, reinvestasi, inovasi, pengembangan sumber daya secara terus menerus.

Mengembangkan dan meningkatkan loyalitas pelanggan membutuhkan tantangan yang tidak terbatas, apalagi saat ini pelanggan atau konsumen sudah sangat kritis dalam memilih jasa pelayanan, membandingkan Kantor Pos dengan pesaing-pesaingnya. Berdasarkan teori, hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang terjadi pada Kantor Pos, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. (Survei pada Pengguna Jasa Layanan Kantor Pos Boyolali)".

### Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam pe-

nelitian ini adalah untuk menganalisis (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali. (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Kantor Pos Boyolali. (3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kantor Pos Boyolali. (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan.

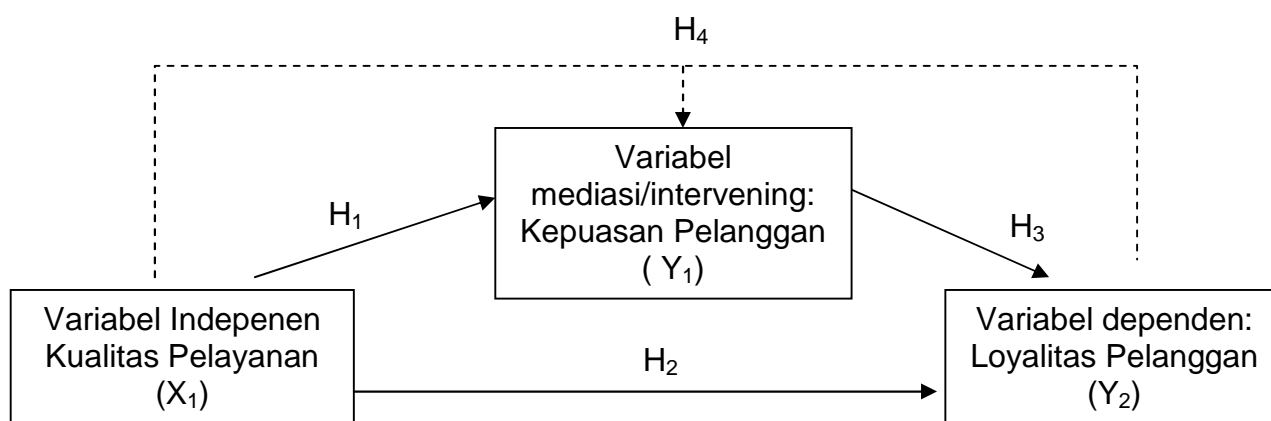
### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan seperti skema pada gambar 1 berikut.

### Hipotesis

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian Suswardji (2012), Aryani (2010), Partua (2010), menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian tersebut menunjukkan terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

### Keterangan:

- > : Pengaruh langsung
- > : Pengaruh tidak langsung (pengaruh mediasi)
- Variabel Independen/bebas : kualitas pelayanan (X)
- Variabel mediasi : kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>)
- Variabel Dependen : loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>).

H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kantor Pos Boyolali

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Penelitian Cronin dan Taylor (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, artinya jika keandalan yang meliputi kemampuan memberikan yang dijanjikan dengan segera dapat dilakukan dengan baik maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kantor Pos Boyolali

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian Aryani (2010), Pramana (2010), dan Wijayanto (2015) menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sehingga terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kantor Pos Boyolali

4. Peran kepuasan pelanggan sebagai pemediasi pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian Kumalaningrum (2016) dan Pramono (2012) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub>: Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Desain/rancangan penelitian ini adalah tipe eksplanatori yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakukan pada pengguna jasa Kantor Pos di Boyolali-Jawa Tengah. Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang menggunakan jasa Kantor Pos Boyolali yang telah menjadi pelanggan yang masuk dalam data base kantor pos dan telah memiliki kartu pelanggan yaitu sebanyak 432 orang. sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 20% dari jumlah populasi ( $20\% \times 432 = 129,6$ ) dibulatkan menjadi 130 responden. Dari 130 responden 30 responden digunakan untuk uji coba kuesioner, dan 100 responden digunakan untuk penelitian (Arikunto, 2010: 112). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner (angket) dan dokumen. Teknik analisis data dengan analisis jalur dan sobel test untuk variabel mediasi.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik semua variabel dalam penelitian dinyatakan lolos uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas, seperti pada tabel berikut:

### 2. Analisis Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil regresi linear berganda ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik	Hasil uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	VIF (1,523 ; 1,523) < 10 Tolerance (0,656 ; 0,656) > 0,1	Tidak ada multikolinearitas
Uji autokorelasi	p (0,317) > 0,05	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	p (0,062 ; 0,265) > 0,05	Lolos uji heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,632) > 0,05	Data berdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah, 2018

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1**

Variabel	Koef Regresi ( $\beta$ )	t-ratio	Sig
Konstanta	0,863		
Kualitas pelanggan (X)	0,182	8,446	0,000
Uji F = 71,343			0,000
Adjusted R <sup>2</sup> : 0,415			

Sumber: Data primer diolah, 2018

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2**

Variabel	Koef Regresi ( $\beta$ )	t-ratio	Sig
Konstanta	1,080		
Kualitas pelanggan (X)	0,059	2,289	0,024
Kepuasan pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,619	6,768	0,000
Uji F = 61,475			
Adjusted R <sup>2</sup> : 0,550			

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi linear pada tabel 2 diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,863 + 0,182 X$$

Penjelasan dari persamaan pertama analisis regresi jalur:

a : 0,863 artinya jika kualitas pelanggan (X) sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Y) adalah positif

1: 0,182 artinya kualitas pelanggan (X) meningkat sebesar 1% maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) sebesar 0,182%. Sebaliknya apabila kualitas pe-

langgan (X) turun sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) akan turun sebesar 0,182%

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 3 diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y_2 = 1,080 + 0,059 X + 0,619 Y_1$$

Penjelasan dari persamaan pertama analisis regresi jalur:

a : 1,080 artinya jika kualitas pelanggan (X) dan kepuasan nasabah (Y<sub>1</sub>) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) adalah positif.

- 1: 0,059 artinya kualitas pelanggan (X) meningkat sebesar 1% maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y2) sebesar 0,059%. Sebaliknya apabila kualitas pelanggan (X) turun sebesar 1% maka loyalitas pelanggan (Y2) akan turun sebesar 0,059%, dengan asumsi variabel kepuasan pelanggan (Y1) dianggap tetap.
  - 2: 0,619 artinya kepuasan pelanggan (Y1) meningkat sebesar 1% maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y2) sebesar 0,619%. Sebaliknya apabila kepuasan pelanggan (Y1) turun sebesar 1% maka loyalitas pelanggan (Y2) akan turun sebesar 0,619%, dengan asumsi variabel kualitas pelanggan (X) dianggap tetap.
3. Uji t
    - a. Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar  $0,024 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelanggan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y2).
    - b. Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan (Y1) terhadap loyalitas pelanggan (Y2).
  4. Uji F
 

Hasil analisis diperoleh *p-value*  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelanggan (X) dan kepuasan pelanggan (Y1) terhadap loyalitas pelanggan (Y2).
  5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
 

Dari hasil pengujian diperoleh harga  $R^2$  *adjusted* sebesar 0,550. Hal ini berarti besarnya sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas pelanggan dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelang-

gan) sebesar 55%, sedangkan sisanya 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel *t* hitung sebesar 8,446 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Boyolali terbukti kebenarannya. Terbuktinya hipotesis tersebut memberi makna bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan pelanggan, dengan demikian hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Suswardji (2012), Aryani (2010), Partua (2010) , yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

### 2. Pengaruh Variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel *t* hitung sebesar 2,289 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,024 < 0,05$  sehingga penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kantor Pos Boyolali terbukti kebenarannya. Terbuktinya hipotesis tersebut memberi makna bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya sema-

kin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah loyalitas pelanggan, dengan demikian hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Cronin dan Taylor (2012), penelitian Wijayanto (2015), dan penelitian Pramana (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, artinya jika kualitas pelayanan dilakukan dengan baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

### **3. Pengaruh Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan**

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel  $t$  hitung sebesar 6,768 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga penelitian ini menunjukkan variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Kantor Pos Boyolali terbukti kebenarannya. Terbuktinya hipotesis tersebut memberi makna bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan, sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan, maka semakin rendah loyalitas pelanggan, dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian Aryani (2010), Pramana (2010), dan Wijayanto (2015) menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

### **4. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda diketahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,182. Pengaruh kepuasan pelanggan terha-

dap loyalitas pelanggan sebesar 0,619, dengan demikian dapat diketahui besarnya pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,1126. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung dengan menggunakan Sobel-test menunjukkan besarnya nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,13 sedangkan besarnya  $t_{tabel}$  untuk  $N-2$  dengan taraf signifikan 0,05 sebesar 1,66 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil ini menunjukkan bahwa jalur tidak langsung pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan lebih tepat dipilih dari pada jalur langsung pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian Kumalaningrum (2016) dan Pramono (2012) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini memberi makna bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, demikian sebaliknya. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ini berarti jika kualitas pelayanan dilakukan dengan baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maknanya adalah semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan, demi-

kian sebaliknya. Variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pengaruh variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Artinya bahwa jalur

tidak langsung pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan lebih tepat dipilih dari pada jalur langsung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, D, dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Pelanggan dalam membentuk loyalitas Pelanggan, *Jurnal Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei - Agus 2010, hlm. 114-126, Vol. 17 No. 2. <http://journal.ui.ac.id>.
- Cronin, J. Joseph, Jr. and Steven A. Taylor, 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing* Vol. 56, No. 3 (July), pp. 55-68
- Hygid Starini, 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada T.B Basuki Jaya Yogyakarta) *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* Vol.2 Edisi VI, <http://journal.student.uny.ac.id>.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kumalaningrum, F. Widajanti, E. Sutarno. 2016. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi (studi pada konsumen cs kopi tubruk Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 16, No 2. <http://ejurnal.unisri.ac.id>
- Lovelock, Christopher H & Wirtz, Jochen. 2011. *Service Marketing: People, technology, strategy*, New Jersey: Prentice-Hall
- Oliver, Richard, L, 2010, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Customer*, New York: McGraw – Hill.
- Partua Pramana Hamonangan Sinaga, 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada warnet chamber semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No 9 Vol 3, Universitas Diponegoro, [digilib.undip.ac.id](http://digilib.undip.ac.id)
- Pramana. 2010. Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan Pelanggan dan lokasi terhadap loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No 7 Vol 2, Universitas Diponegoro, [digilib.undip.ac.id](http://digilib.undip.ac.id)
- Pramono. 2012, Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan dengan kepuasan Pelanggan sebagai variabel moderating (studi kasus pada warung makan bebek goreng haji Slamet Kartasura), *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 16, No 2. <http://ejurnal.unisri.ac.id>
- Suswardji et, al. 2012, Pengaruh pelayanan puskesmas terhadap kepuasan pasien di puskesmas Adiarsa Karawang Timur, *Journal Manajemen* Vol 09 No 2, Januari
- Tjiptono dan Chandra. 2011, *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.
- Wijayanto, K. 2015. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank, <http://journals.ums.ac.id>