

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-JEK (STUDI KASUS PADA SISWA SMA KRISTEN HARAPAN DENPASAR)

**Oleh :
Ni Wayan Sartika**

ABSTRAK

Faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan salah satu faktor dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa karena berbagai alasan. Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Go-jek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Go-jek.

Variabel dalam penelitian adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Metode penelitian pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 90 orang dari jumlah populasi sebanyak 886 orang siswa yang pernah menggunakan jasa transportasi *online* Go-jek. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan program *Statistical Package for The Social Science (SPSS) versi 20.0 for Windows*.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji t dan uji F. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar). Hal tersebut ditunjukkan oleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,658 > 1,662$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,326 > 1,662$). Kemudian Ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut ditunjukkan oleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,598 > 3,101$), sehingga hipotesis yang diajukan terbukti, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar). Hasil penelitian analisis koefisien determinasi (R^2) adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga sebesar 0,470 atau 47% terhadap kepuasan konsumen sisanya 53% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kualitas pelayanan dan harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

An important factor in improving consumer satisfaction is the quality of service. Service quality is the totality of features and characteristics of a product or service that depends on its ability to satisfy stated needs. In addition to service quality, prices are also a factor in efforts to improve consumer satisfaction. Prices can affect consumers in making decisions to buy a product or service for various reasons. Based on the description above, then the formulation of the problem in this study is whether service quality and price have a partial and simultaneous effect on customer satisfaction Go-jek. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and prices partially and simultaneously on customer satisfaction Go-jek.

The variables in the study are Service Quality (X_1), Price (X_2), and Consumer Satisfaction (Y). This research uses proportionate stratified random sampling technique. Data collection research methods used are questionnaires with the number of respondents as many as 90 people from the total population of 886 students who have used Go-jek online transportation services. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using the Statistical Package for The Social Science (SPSS) version 20.0 for Windows.

The results of research using multiple linear regression analysis method, determination analysis, t test and F test. And the results showed that there is a positive and partially significant influence between service quality variable (X_1) and price (X_2) on customer satisfaction (Y) Go- jek (Case Study At Kristen Harapan Denpasar High School Students). It is shown by $t_{1count} > t_{table}$ ($3,658 > 1,662$) and $t_{2count} > t_{table}$ ($3,326 > 1,662$). Then there is the simultaneous influence between service quality variables (X_1) and price (X_2) on consumer satisfaction (Y). This is indicated by $F_{count} > F_{table}$ ($38,598 > 3,101$), so the proposed hypothesis is proven, stating that the quality of service and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction Go-jek (Case Study at Kristen Harapan Denpasar High School Students). The result of research of determination coefficient analysis (R^2) is there is influence of service quality and price equal to 0,470 or 47% on consumer satisfaction the remaining 53% influenced by other variable outside of service quality and price not discussed in this research.

Keywords: Service Quality, Price and Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat menentukan strategi bersaingnya. Dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transportasi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu : jalur darat, jalur laut, dan jalur udara. Mayoritas masyarakat lebih memilih jalur darat untuk memenuhi kebutuhannya.

Era perkembangan internet di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam melakukan aktifitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang dulu biasa disebut ojek. Jika dulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru taxi motor yaitu suatu usaha komersial, yang menyediakan jasa transportasi bagi umum dan dikelola secara profesional.

Perusahaan ojek *online* yang sedang meningkat pesat yaitu Go-jek, Go-jek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada tahun 2010, yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan. Go-jek memberikan pelayanan utama yaitu GO-Ride melayani pengantaran penumpang, Go-jek juga memberikan pelayanan seperti GO-Send yang melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, GO-Mart melayani pemesanan di *outlet* seperti Indomaret, Alfamart dan sejenisnya. GO-Tix melayani pemesanan tiket konser dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala besar, GO-Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, GO-Glam, serta GO-Massage melayani pijatan.

Semakin banyaknya ojek *online* diantaranya Go-jek, Grab bike dan lain-lain berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek *online*. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek *online* harus bisa menciptakan kualitas layanan dan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Bagi industri jasa, kualitas pelayanan dan harga merupakan hal penting dalam memuaskan konsumen. Menurut Tjiptono (2014), kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diterima buruk, membuat pelanggan merasa belum puas sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Sunyoto, 2013:35). Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2013:177).

Harga, menurut Tjiptono (2008) merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005:7). Jadi, kepuasan pelanggan merupakan kunci utama bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila perusahaan memberikan apa yang diinginkan dan yang menjadi kebutuhan pelanggan.

Go-jek telah menjadi salah satu transportasi yang memberikan solusi bagi masyarakat pada era generasi millennial saat ini. Era generasi millennial yaitu generasi yang kritis dan juga memiliki pengetahuan yang baik akan keamanan penggunaan aplikasi *mobile* dalam bertransaksi secara digital. Berikut ini adalah tabel perbandingan tarif ojek *online* :

Tabel 1.1 Perbandingan Tarif Angkutan Ojek *Online* Tahun 2017 di Bali

Go-jek	a. Tarif 1 – 2,7 km (Rp 4.000/km) b. Tarif 2,7 km ke atas (Rp 1,500/km)
Grab bike	a. Tarif per km (Rp 1.500/km) b. Tarif 12 km ke atas (Rp 2.500/km)
Uber Motor	a. Tarif 12 km pertama (Rp 1.250/km) b. Tarif 12 km ke atas (Rp 2.000/km)

Sumber : Kumparan.com (2017)

Dari tabel perbandingan tarif ojek *online* diatas dapat diketahui bahwa tarif Go-jek lebih murah dibandingkan dua pesaing ojek *online* Grab bike dan Uber Motor. Dalam tarif 2,7 km ke atas Go-jek hanya dikenakan tarif Rp 1.500/km, sedangkan Grab Bike diatas 12 km dikenakan tarif Rp 2.500/km, dan Uber Motor diatas 12 km dikenakan tarif Rp 2.000/km.

SMA Kristen Harapan merupakan salah satu sekolah *favorite* di Denpasar tepatnya berada di Jalan Raya Sesetan No. 62 Denpasar. Setelah melakukan observasi di beberapa sekolah ternyata di SMA Kristen Harapan Denpasar ini yang paling banyak menggunakan jasa transportasi *online* Go-jek, karena di wilayah sekolah tersebut sering terjadi kemacetan dan tempat parkir di sekolah juga terbatas sehingga sebgai siswa memilih menggunakan jasa Go-jek sebagai alternatif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

- a. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Go-jek?
- b. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Go-jek?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di SMA Kristen Harapan yang berlokasi di Jalan Raya Sesetan No. 62 Denpasar. Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah siswa SMA Kristen Harapan Denpasar, dengan menganalisa tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan dan harga yang telah diberikan. Identifikasi variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) dan 1 variabel terikat (kepuasan konsumen).

Agar tidak timbul berbagai pemahaman, maka dalam penelitian ini diberikan definisi operasional, yaitu :

- a. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan Go-jek serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan Go-jek. Indikator dari Kualitas Pelayanan Parasuraman, Zeithmal, dan Berry 1988 (dalam Utami, 2010 : 295-296) yaitu : a). Bukti Fisik; b). Keandalan; c). Daya Tanggap; d). Jaminan; dan e). Empati.
- b. Harga adalah jasa yang harus dibayar oleh konsumen Go-jek. Indikator dari harga menurut Tjiptono (2008) yaitu : a). Jangkauan harga dengan daya beli konsumen; b). Daya saing harga dengan produk sejenis; dan c). Kesesuaian harga dengan kualitas.
- c. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen Go-jek setelah membandingkan dengan harapannya. Indikator kepuasan pelanggan menurut Mardikawati dan Farida (2013) antara lain : a). Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan; b). Kesesuaian layanan

dengan tarif yang dibayarkan; dan c). Kepuasan pelanggan akan layanan yang ditawarkan.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Responden dalam penelitian ini adalah siswa pada SMA Kristen Harapan Denpasar dari kelas X sampai XII yang pernah menggunakan jasa transportasi ojek *online* Go-jek. Responden dalam penelitian ini sebanyak 90 responden didapat dengan menggunakan rumus Slovin. Metode pengumpulan data yang dipergunakan ialah observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif meliputi analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F) dengan bantuan program *Statistical Package for The Social Sciences* (SPSS) *versi 20.0 for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5.2 Hasil Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar) Menggunakan Program *SPSS 20.0 For Windows*

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Signifikan t
Konstanta	4,424	2,820	0,006
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,189	3,658	0,000
Harga (X_2)	0,257	3,326	0,001
Determinasi (R Square)	= 0,470		

F _{hitung}	= 38,598
Signifikan F	= 0,000 ^b

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS 20.0 For Windows* pada tabel 5.2 di atas diketahui $a=4,424$, $b_1=0,189$, dan $b_2=0,257$, sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda adalah $Y= 4,424 + 0,189 X_1 + 0,257 X_2$.

Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang dinyatakan dalam persentase.

Tabel 5.3 Hasil analisis Determinasi dengan program *SPSS versi 20.0 for Windows*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.458		1.971

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 5.3, hasil perhitungan SPSS diperoleh koefisien determinasi (R Square) adalah 0,470. Ini berarti besarnya pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 47% sedangkan sisanya 53% ditentukan oleh variabel lain diluar Kualitas Pelayanan dan Harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Analisis Uji t (*t-test*)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,658 > 1,662$), maka H_0 ditolak, menolak H_0 sama dengan menerima H_a sehingga hipotesis yang diajukan terbukti, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar).

2) Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dapat diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,326 > 1,662$), maka H_0 ditolak, menolak H_0 sama dengan menerima H_a sehingga hipotesis yang diajukan terbukti, yang menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar).

Analisis Uji F (*F-test*)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Go-jek (Studi Kasus

Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar), dengan derajat keyakinan sebesar 95% dan tingkat kesalahan 5%.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	299.952	2	149.976	38.598	.000 ^b
Residual	338.048	87	3.886		
Total	638.000	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,598 > 3,101$), maka H_0 ditolak, menolak H_0 sama dengan menerima H_a sehingga hipotesis yang diajukan terbukti, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS 20.0 For Windows* diketahui $a=4,424$, $b_1=0,189$, dan $b_2=0,257$, sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda adalah $Y= 4,424 + 0,189 X_1 + 0,257 X_2$. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh koefisien determinasi (R Square) adalah 0,470. Ini berarti besarnya pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 47% sedangkan sisanya 53% ditentukan oleh variabel lain diluar Kualitas Pelayanan dan Harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar). Hal tersebut ditunjukkan oleh $t_{1hitung} > t_{tabel}$ ($3,658 > 1,662$) dan $t_{2hitung} > t_{tabel}$

(3,326 > 1,662). Ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut ditunjukkan oleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ (38,598 > 3,101), sehingga hipotesis yang diajukan terbukti, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan konsumen Go-jek (Studi Kasus Pada Siswa SMA Kristen Harapan Denpasar).

Saran

Dengan banyaknya saingan jasa transportasi ojek *online* baik dalam kualitas pelayanan dan harga, diharapkan Go-jek dapat memberikan diskon atau promosi menarik lainnya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Go-jek memiliki lebih banyak fitur dibanding pesaingnya, diharapkan Go-jek dapat memaksimalkan fitur-fitur yang ada sehingga konsumen tetap memilih Go-jek dibanding pesaingnya. Oleh karena kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang memberikan kontribusi 47%, maka pihak perusahaan atau peneliti-peneliti selanjutnya perlu memperhatikan variabel-variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan dan harga seperti emosi dan kualitas produk (Lupiyoadi, 2001).

REFERENSI

- Buchari, Alma. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Cholid Narbuko, Achmadi, dan Abu. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Danang Sunyoto. 2013. *Metodelogi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ghozali, Moch. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi di Surabaya". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol.3 No.3.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hosang, Natasja, dkk. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado)". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Vol. 16 No. 01.
- Irawan dan Basu Swastha. 2004. *Manajemen Pemasaran Modern*. Surabaya: Liberty.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kamaluddin. 2003. *EkonomiTransportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasmir. 2005. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid kedua*. Jakarta: Erlangga.

- Lumenta, Dady J, dkk. 2014. “*Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. POS Indonesia (PERSERO) Manado*”. Jurnal EMBA Vol.2 No.3 Hal. 1550-1562.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Lovelock, Christoper H dan Lauren K. Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa, Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Mardikawati, Woro dan Farida, Naili. 2013. “*Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi*”. Jurnal Administrasi Bisnis. Semarang: UNDIP.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2002. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Cet 1. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksana Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zeithaml dan Bitner. 2003. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm, 3rd edition*. Boston. Mc GrowHill/Irwin