

ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *STRUCTURAL EQUATION MODELLING* PADA TOSERBA YOGYA PURWAKARTA

Asep Hermawan¹, Dedy Setyo Oetomo², Muhamad Danial³, Wanwan Jamaludin⁴
^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana
Jl. Alternative Bukit Indah, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41151, Indonesia.
¹asephermawan@stt-wastukencana.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan; Dalam penelitian ini variabel yang membentuk kualitas pelayanan, meliputi: tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Variabel yang membentuk kepuasan pelanggan, meliputi: loyalitas dan rekomendasi. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Toserba Yogya Purwakarta dengan jumlah sampel 120 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada bulan Januari-Mei 2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan accidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil analisis data menunjukkan bahwa: kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai C.R. 8,390.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan SEM.

Abstract. This study aims to find out: the effect of service quality on customer satisfaction; In this study variables that form the quality of service, include: tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Variables that make up customer satisfaction include: loyalty and recommendations. This research was conducted on consumers of Yogya Purwakarta Department Store with a sample of 120 respondents. The data collection techniques used are questionnaires and interviews conducted in January-May 2021. Sampling techniques used accidental sampling. The data analysis techniques used are Validity Test, Reliability Test and Structural Equation Modelling (SEM). The results of the data analysis showed that: employee performance affects customer satisfaction with a value of C.R. 8,390.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, and SEM.

1. Pendahuluan

Industri bisnis ritel adalah gerakan bisnis yang menjual produk atau jasa untuk orang-orang untuk kebutuhan individu, keluarga, dan masyarakat. Untuk menang dalam persaingan industri bisnis ritel yang pesat dan ketat, pengusaha harus memiliki opsi untuk menawarkan barang yang tepat, dengan nilai, waktu, dan lokasi yang tepat.

Toserba Yogya Purwakarta merupakan satu-satunya cabang Yogya Group yang ada di Purwakarta, berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No.5 Nagri Tengah Purwakarta. Di dalam, ada berbagai barang yang dijual, mulai dari berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan pokok, pakaian, dan makanan siap saji hingga barang-barang kecantikan seperti perlengkapan *make-up*. Hampir semua yang dibutuhkan dapat diakses atau didapatkan di Toserba Yogya Purwakarta. Selain berbelanja, orang juga lebih suka sekadar melihat-lihat barang atau produk. Tidak heran jika Yogya selalu dipadati pengunjung.

2. Kajian Pustaka

Menurut Gronroos (1984) Kualitas Pelayanan diartikan sebagai penilaian yang dirasakan, yang dihasilkan dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan harapan mereka dengan layanan yang mereka anggap telah diterima. Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Kotler (2009) adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja suatu organisasi/perusahaan sebagai produk atau pelayanan sesuai asumsi mereka. Pembeli akan merasa terpenuhi

kepuasannya jika asumsi mereka terpenuhi, dan merasa sangat senang jika asumsi mereka terpenuhi.

Maka semakin pesat pertumbuhan industri ini, semakin kompleks aktivitas-aktivitas yang dijalankan. Sering kali terdapat beberapa kendala, biasanya mengalami kendala dalam hal kualitas pelayanan yang menyebabkan kepuasan pelanggan dapat berkurang, seperti khususnya saat melayani konsumen terdapat beberapa keluhan yang terjadi.

Berdasarkan studi literatur dari penelitian sebelumnya ditemukan data-data sebagai berikut :

1. Dalam penelitian yang berjudul "*Assessing the effects of service quality on customer satisfaction*" yang dilakukan oleh Asyraf Afthanorhan, Zainudin Awang, Norfadzilah Rashid, Hazimi Foziah, Puspa Liza Ghazali (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Di antara dimensi kualitas layanan, lingkungan perpustakaan dan layanan umum dipandang sebagai indeks kinerja yang sangat penting dan kuat.
2. Menurut penelitian Miklós Pakurár, Hossam Haddad, János Nagy, József Popp (2019) bahwa hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan diperiksa di sektor perbankan Yordania, menggunakan model SERVQUAL dan SEM yang dimodifikasi dan menambahkan tiga dimensi — akses, aspek keuangan, dan kompetensi karyawan — ke model dasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menurut penelitian Jamil Hammoud, Rima M. Bizri, and Ibrahim El Baba (2018) Menunjukkan bahwa keempat variabel independen (efisiensi dan kemudahan penggunaan, keandalan, keamanan dan privasi, serta responsif dan komunikasi) terkait kualitas layanan E-Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan Lebanon.
4. Pada penelitian yang berjudul "*The Relationship between Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction towards Hypermarket in Malaysia*" yang dilakukan oleh Osarodion Ogiemwonyi, Amran Harun, Abdul Rahman, Mohammad Nurul Alam and Nawzad Majeed Hamawandy (2020) dalam temuan menunjukkan bahwa empat dimensi kualitas layanan secara empiris signifikan kecuali untuk jaminan. Keandalan ditemukan untuk menunjukkan dampak tertinggi pada kepuasan pelanggan diikuti oleh kecocokan
5. Pada penelitian oleh Bestoon Othman, Amran Harun, Wiryia Rashid, Raman Ali (2019) yang berjudul "*The impact of Umrah service quality on customer satisfaction towards Umrah travel agents in Malaysia*" para peneliti telah menyimpulkan dan merekomendasikan bahwa agen perjalanan Umrah harus mempertimbangkan untuk meningkatkan responsivitas dan dimensi jaminan SQ untuk memuaskan pelanggan mereka dan untuk meningkatkan keputusan pembelian dan perilaku mereka dari layanan perjalanan umrah.

Dari beberapa hasil studi literatur tersebut, penulis berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu variabel yang dapat diukur dari beberapa indikator dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruhnya dalam memenuhi kepuasan pelanggan yang juga terdapat beberapa indikator pada kepuasan tersebut.

3. Metode

Metodologi penelitian merupakan gambaran proses yang saling berkaitan, yang dimulai dari perumusan masalah sampai dengan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 1999). Metode penentuan banyaknya sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2009:85) *Accidental sampling* adalah Temuan sampel berdasarkan ketidaksengajaan, khususnya pembeli yang secara tidak sengaja/insiden bertemu dengan analis itu dapat digunakan sebagai sampel penelitian, jika orang yang ditemui cocok sebagai sumber informasi. Sampel akan diambil dari pembeli secara acak di Toserba Yogya Purwakarta. Penentuan jumlah sampel menurut Hair et al. (dalam Ferdinand, 2002:47), disarankan ukuran sampel yang sesuai adalah 100 hingga 200 responden atau 5-10 kali jumlah indikator yang diestimasi agar dapat digunakan untuk estimasi interpretasi dengan SEM. Dari populasi diambil 120 responden sebagai sampel.

Uji kecukupan data digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil telah cukup atau belum. Dalam penelitian ini uji kecukupan data menggunakan tingkat ketelitian 10% dan tingkat kepercayaan sebesar 90% menggunakan rumus lemeshow. Berikut adalah rumus lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2} \dots\dots(1)$$

4. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini teknik pengujian yang digunakan terhadap instrumen yaitu menggunakan pengujian kecukupan data, pengujian validitas dan pengujian reliabilitas sebagai alat ukur terhadap responden yang mengisi kuesioner. Pengujian kecukupan data dihitung dengan perhitungan manual sedangkan pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *software* AMOS 24. Pada pengujian kecukupan data dihasilkan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,9645^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,859 \cdot (0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga didapatkan hasil sampel 96,04. Dalam hal ini sampel yang digunakan 120, maka dianggap cukup. Validitas dapat diketahui melalui nilai *loading factor*, *loading factor* dianggap signifikan, apabila *standardized loading estimate* sama dengan 0,50 atau lebih dan idealnya 0,70 (Ghozali, 2008:135). Pada penelitian ini, validitas konstruk dihitung dengan menggunakan AMOS 24. Dimana hasil penelitian uji validitas menunjukkan bahwa semua instrumen konstruk pada *standardized regression weights* memiliki nilai lebih dari 0,5 maka dapat diartikan semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Estimate	Ket
Tangibles	0,786	Valid
Reliability	0,746	Valid
Responsivene ss	0,728	Valid
Assurance	0,813	Valid
Emphaty	0,831	Valid
Loyalitas	0,866	Valid
Rekomendasi	0,789	Valid

Uji reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator mengindikasikan sebuah konstruk atau faktor laten selain itu reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). *Construct reliability* 0,70 atau lebih menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan reliabilitas 0,60 - 0,70 masih dapat diterima dengan syarat validitas indikator dalam model baik (Ghozali, 2004:137). Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *Construct reliability* :

$$Construct\ Reliability = \frac{(Std.\ Loading)^2}{(\sum Std.\ Loading)^2 + \sum \epsilon_j}$$

Dimana :

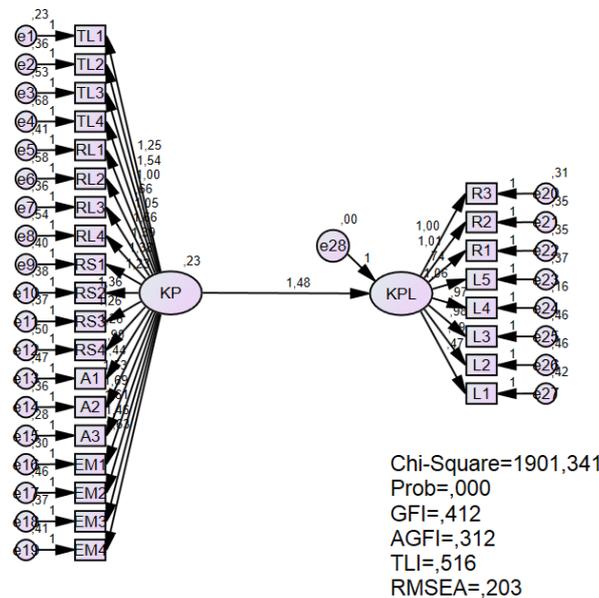
- a. *Std. Loading* diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap indikator (diambil dari perhitungan AMOS).
- b. ϵ_j adalah *measurement error* dari tiap-tiap indikator.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Construct-Reliability	Ket
KP	0,908	Reliabel
KPL	0,853	Reliabel

Selanjutnya perlu dilakukan langkah-langkah pemodelan SEM untuk mendapatkan hasil perhitungan yang nantinya akan digunakan untuk menguji satu hipotesis yang telah dikemukakan. Teknik estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *maximum likelihood estimation method* dengan sampel yang digunakan sebanyak 120 responden, sedangkan program yang digunakan adalah AMOS versi 24.

Pada penelitian ini digunakan komposit karena nilai *goodness of fit* tidak memenuhi persyaratan, oleh sebab itu hasil uji SEM tersebut harus dikomposit, sehingga mendapatkan hasil yang baik dan dalam penelitian ini semua konstruk dapat dikompositkan. Berikut ini model yang belum fit :



Gambar 1. Model Awal Penelitian

Sebelum melakukan pemodelan SEM, juga perlu diperhatikan asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam pemodelan SEM sebagai berikut:

1. Ukuran Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden yang diperoleh dengan acuan pada sebuah referens. Menurut Hair et al. (dalam Ferdinand, 2002:48), jumlah sampel yang ideal untuk menguji suatu model dengan menggunakan SEM adalah antara 100 sampai 200 sampel.

2. Evaluasi atas Normalitas

Untuk mengevaluasi normalitas dengan mengamati nilai-z atau C.R. dari data yang digunakan dan ditampilkan pada lampiran 6 bagian *assessment of normality*. Menurut Ferdinand (2002:95) bila *skewness value* lebih besar dari nilai kritis atau C.R $\pm 1,96$ pada tingkat signifikansi 0,1 atau 10%, maka data tidak normal. Untuk mengevaluasi normalitas dapat dilakukan dengan melihat *skewness value* pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Skewness Value
Tangibles	-0,623
Reliability	-0,603
Responsiveness	-0,410
Assurance	-0,543
Emphaty	-0,256
Loyalitas	-0,128
Rekomendasi	-0,195

Dari data yang diperoleh tidak ada nilai *skewness* yang melebihi nilai kritis sebesar C.R $\pm 1,96$ sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data ini normal.

3. Evaluasi atas *Outliers*

Evaluasi ini memakai uji *mahalanobis distance* dengan menggunakan AMOS 24. Uji terhadap *outliers multivariat* dilakukan dengan menggunakan jarak Mahalanobis pada tingkat $p < 0,001$ (Ferdinand, 2002:102). Berdasarkan nilai *chi-square* pada derajat sebesar 28 (jumlah indikator pertanyaan), didapatkan dengan rumus pada Microsoft Excel 2016 yaitu $=\text{(CHIINV;27)}$ diperoleh nilai 55,476. Hasil perhitungan *observations farthest from the centroid* menunjukkan nilai *mahalanobis d-squared* terbesar adalah 36,441 yang tidak melebihi nilai 55,476 yang berarti bahwa tidak terdapat *outliers multivariat* dalam penelitian ini.

4. *Goodness of Fit Indices*

Setelah asumsi-asumsi SEM dipenuhi maka, penghitungan pemodelan SEM dapat dilakukan dan akan ditampilkan dalam tabel berikut ini:

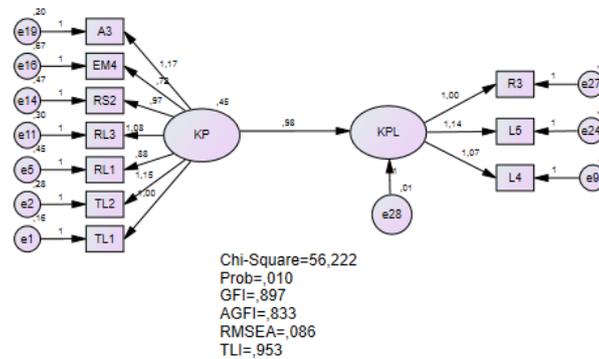
Tabel 4. Hasil Indices

Standardized Regression Weight	Estimate
KPL \leftarrow KP	0,987
<i>Tangibles</i> \leftarrow KP	0,859
<i>Reliability</i> \leftarrow KP	0,797
<i>Responsiveness</i> \leftarrow KP	0,692
<i>Assurance</i> \leftarrow KP	0,868
<i>Emphaty</i> \leftarrow KP	0,509
Loyalitas \leftarrow KPL	0,902
Rekomendasi \leftarrow KPL	0,759

Goodness of Fit

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa model tersebut dapat diterima meskipun pada nilai GFI dan AGFI belum mencukupi dan hampir mendekati tetapi semua hasil perhitungan SEM yang lain telah memiliki nilai sesuai dengan yang telah ditentukan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

model yang diperoleh sudah layak (fit) sebagai model estimasi. Hasil perhitungan *Structural Equation Modelling* (SEM) pada tabel diatas, didapat dari gambar yang akan ditampilkan berikut ini:



Gambar 2. Model Hasil Akhir Penelitian

5. Standardized Regression Weight

Tabel 5. Regression

GOF	Ketentuan	Hasil	Ket
Chi-square	≤ 76,041	56,222	GOF
Probability	□ 0,05	0,10	GOF
RMSEA	□ 0,08	0.086	GOF
GFI	≥0,90	0,897	Mendekati
AGFI	≥0,90	0,833	Mendekati
CMIN/DF	□ 2,00	1,654	GOF
TLI	≥0,95	0,953	GOF
CFI	≥0,95	0,964	GOF

Standardized Weight

Dari hasil analisis data diperoleh menunjukkan bahwa indikator yang paling kuat membentuk kualitas pelayanan adalah *assurance* atau jaminan dengan nilai sebesar 0,868 dan indikator yang paling lemah membentuk kualitas pelayanan adalah *emphaty* dengan nilai sebesar 0,509. Sedangkan indikator yang paling kuat membentuk kepuasan pelanggan adalah loyalitas dengan nilai sebesar 0,902.

6. Regression Weight

Setelah kriteria *goodness of fit* dapat dipenuhi atas model struktural yang diestimasi, maka selanjutnya dapat dianalisis hubungan kausalitas dalam model tersebut. Hubungan kausalitas dapat dikatakan signifikan apabila nilai parameter konstruk memiliki atau sama dengan taraf (10%) C.R. lebih kecil memiliki kausalitas yang (2008:160)

signifikan apabila estimasi kedua C.R. lebih besar dengan ± 1,96 signifikansi 0,1 sedangkan nilai dari 1,96 maka hubungan lemah (Ghozali,

Tabel 6.

Standardized Regression Weight	Estimate
KPL←KP	0,987
Tangibles ←KP	0,859
Reliability ←KP	0,797
Responsiveness ←KP	0,692
Assurance ←KP	0,868
Emphaty ←KP	0,509
Loyalitas ←KPL	0,902
Rekomendasi←KPL	0,759

Weight

Regression

Parameter estimasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tabel diatas menunjukkan hubungan yang signifikan pada level 10%, dengan nilai C.R. = 8,390 lebih besar dari $\pm 1,96$. Hal ini berarti terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono dan Chandra, 2004:199), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Dalam perusahaan ritel kualitas pelayanan memegang peran penting, kualitas dalam memberikan pelayanan akan menentukan apakah perusahaan mampu memuaskan konsumen- konsumennya. Kualitas pelayanan tercermin melalui bagaimana cara seorang karyawan memberikan pelayanan kepada konsumen yang dapat diukur melalui 5 dimensi kualitas yaitu: *tangibles*, *responsibility*, *responsivenees*, *assurance* dan *emphaty*. Lima dimensi kualitas tersebut terbukti berdasarkan teori yang sudah ada dan melalui penelitian sebelumnya. Kotler (2005:70) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

5. Kesimpulan

Dari hasil pengamatan, pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh terkait Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toserba Yogya Purwakarta, maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Hasil pengujian SEM menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Toserba Yogya Purwakarta berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari nilai C.R 8,390 sehingga kepuasan pelanggan pada Toserba Yogya Purwakarta tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan dengan mempertimbangkan nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Assurance (jaminan) merupakan indikator yang paling kuat mengukur konstruk kualitas pelayanan, dan dapat disimpulkan bahwa assurance merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dengan nilai estimate 0,868 yang berarti perusahaan harus memberikan sistem jaminan seperti adanya pelayanan after sales yang dapat dipercaya dan diandalkan oleh pelanggan. Sedangkan indikator yang paling kuat mengukur konstruk kepuasan pelanggan pada Toserba Yogya Purwakarta adalah loyalitas dengan nilai estimate 0,902 yang berarti bahwa ciri pelanggan yang merasa puas itu ialah pelanggan yang loyal terhadap produk dan perusahaan.

Referensi

- [1] A. Afthanorhan, Z. Awang, N. Rashid, H. Foziah, and P. Liza, "Assessing The Effect Of Service Quality on Customer Satisfaction," vol. 9, pp. 13–24, 2019, doi: 10.5267/j.msl.2018.11.004.
- [2] Arikunto, *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- [3] Azwar, *Sikap Manusia dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2013.
- [4] A. Bawono, *Multivariate Analisis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- [5] A. Ferdinand, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002.
- [6] A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- [7] I. Ghozali and Fuad, *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008.

- [8] H. Haddad, J. Nagy, and J. Popp, "The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector," pp. 1–24, doi: 10.3390/su11041113.
- [9] J. Hammoud, R. M. Bizri, and I. El Baba, "The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence From the Lebanese Banking Sector," 2018, doi: 10.1177/2158244018790633.
- [10] Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media, 2011.
- [11] I. Ismiyati, "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada Konsumen Hotel Sri Wibowo Yogyakarta," UNIVERSITAS SANATA DHARMA 2010, 2010.
- [12] H. I. Juwandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- [13] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [14] Lupiyoadi and Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- [15] Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- [16] Y. Naing, G. S. A. Khalifa, and T. Thin, "The Impact of Service Quality on Customer Loyalty of Myanmar Hospitality Industry : The Mediating Role of Customer Satisfaction," vol. 3, no. 3, pp. 1–11, 2019.
- [17] Narimawati, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media, 2008.
- [18] Nasution, *Manajemen Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: IKPI Ghalia Indonesia, 2001.
- [19] O. Ogiemwonyi, A. Harun, and A. Rahman, "The Relationship between Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction towards Hypermarket in Malaysia," vol. 24, no. 05, pp. 2062–2071, 2020, doi: 10.37200/IJPR/V24I5/PR201904.
- [20] U. Sekaran, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, 4th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- [21] B. Othman, A. Harun, W. Rashid, and R. Ali, "The impact of Umrah service quality on customer satisfaction towards Umrah travel agents in Malaysia," vol. 9, pp. 1763–1772, 2019, doi: 10.5267/j.msl.2019.6.014.
- [22] Sinambela, L. Poltak, and Dkk, *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2014.
- [23] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, 2nd ed. Bandung: CV Alfa Beta, 1999.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [26] J. W. Tandjung, *Marketing Management : Pendekatan Pada NilaiNilai Pelanggan*, 2nd ed. Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- [27] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- [28] M. Waluyo, *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*. Jawa Timur: UPN "VETERAN" JATIM, 2016.
- [29] U. Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, 1st ed. Yogyakarta: Amara Books, 2008.
- [30] F. Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 4th ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.