



ISSN. 2716-2656 (Print)

E-Journal Marine Inside

<https://ejournal.polteknepel-banten.ac.id/index.php/ejmi/>

Vol. 2, Issue. 1, July 2020

doi.org/10.56943/ejmi.v2i1.16

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan serta Implikasinya terhadap Loyalitas Alumni Taruna Polteknepel Banten

Herlan Guntoro, Joni Turiska, Dapid Rikardo
Politeknik Pelayaran Banten

ABSTRAK

Dampak revolusi industri 4.0 tampak jelas dalam sektor maritim dan bahari Indonesia sehingga diperlukan penguatan sinergi pada bidang teknologi, ekonomi, pendidikan, sosial dan budaya. Keberhasilan lembaga pendidikan dalam memberikan pelayanan dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan. Dalam mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, diperlukan adanya pemahaman tentang apa yang diinginkan oleh konsumen melalui pengembangan sikap komitmen dari setiap individu yang berada di dalam lembaga dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Akbar dan Pervesz menemukan bahwa variable kepuasan pelanggan memberikan efek positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel antara selanjutnya menguji variabel-variabel tersebut dengan loyalitas alumni taruna Polteknepel Banten. Tempat penelitian dilakukan di Polteknepel Banten, dilaksanakan mulai bulan Januari 2020 sampai dengan Mei 2020. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode survei. Adapun proses penelitiannya bersifat deduktif dengan teknik analisa menggunakan SEM AMOS. Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kepuasan taruna dan loyalitas taruna. Populasi dalam penelitian ini, adalah alumni Polteknepel Banten, dengan jumlah sampel sebanyak 210 taruna/i. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Dari empat hipotesis yang diuji dalam penelitian ini ditemukan 2 hipotesis berhubungan negatif (berlawanan arah), 1 tidak signifikan dan 1 positif.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Taruna, Loyalitas Taruna*

PENDAHULUAN

Jumlah kapal Indonesia yang tercatat saat ini lebih dari 11 ribuan unit kapal, sedangkan jumlah pelaut Indonesia mencapai 850.000 pelaut dan 400.000 pelaut diantaranya bekerja di luar negeri. Dalam lingkup internasional, Indonesia berada di urutan ke empat yang memiliki pelaut terbanyak di dunia. Saat ini pelaut dunia berjumlah 1,6 juta pelaut, dan seperempatnya adalah pelaut Indonesia (Simatupang, 2010).

Berdasarkan data alumni peserta pendidikan Politeknik Pelayaran Banten (Poltekel Banten) per posisi Desember 2019 yaitu sebanyak 210 taruna. Hal ini menunjukkan bahwa Poltekel menyumbangkan sedikit dari total tenaga pelaut Indonesia. Poltekel Banten sebagai salah satu perguruan tinggi penyelenggara pendidikan kelautan (maritim) harus menerapkan konsep mengutamakan kepuasan taruna. Mutu pelayanan lembaga pendidikan harus dimulai dari kebutuhan taruna akan pelayanan dan berakhir pada persepsi taruna atas mutu pelayanan yang diberikan.

Fenomena perubahan UPT menjadi BLU, dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan kualitas perguruan tinggi, mengingat sisi kemandirian menjadi lebih dominan, terutama dalam segi pendanaan, optimalisasi pos-pos *income generating* akan menjadi semakin krusial. Sehingga atas kepentingan tersebut, Poltekel Banten berkepentingan dengan kredibilitasnya yang tercermin dalam kualitas pelayanan. Untuk menciptakan loyalitas, instansi pendidikan harus memperhatikan kepuasan taruna. Dengan memberikan kepuasan, taruna akan memberikan loyalitasnya dengan terus menggunakan jasa instansi pendidikan.

Akbar (2018) menemukan bahwa variable kepuasan pelanggan memberikan efek positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dan kepuasan pelanggan merupakan variable moderator yang sangat penting antara kualitas pelayanan yang dirasakan dan loyalitas pelanggan. Fujun Lai (2009) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dapat memainkan peran mediasi yang penting.

Berbeda dengan hasil penelitian Sondoh et al. (2007) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan negative dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut beliau, bahwa tidak semua pelanggan yang mendapatkan kepuasan akan menunjukkan adanya pengaruh yang tinggi terhadap loyalitas. Penelitian Ghofiroh (2016), Rinala (2013), dan Fikri (2016) mempunyai kesamaan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yaitu kualitas layanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian Rinala (2013) dan Fikri (Fikri, 2016) memiliki kesamaan dengan peneliti tentang kepuasan layanan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel antara selanjutnya menguji variabel-variabel tersebut dengan loyalitas alumni. Sehingga manfaat yang akan

didapatkan adalah agar instansi dapat melakukan strategi bisnis yang efektif dan efisien dan sebagai referensi dalam pengembangan lembaga selanjutnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat penelitian dilakukan di Poltekpel Banten, dilaksanakan mulai Januari-Mei 2020. Populasi dalam penelitian ini, adalah alumni Poltekpel Banten, dengan jumlah sampel sebanyak 210 taruna/i.

Metode Pendekatan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari teknik memperolehnya, data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Metode pengumpulan data untuk data primer diperoleh dari respon individu atas kuesioner yang didistribusikan langsung (metode self administered) menggunakan skala likert dengan skor Sangat setuju (SS) = 5, Setuju (S) = 4, Ragu ragu (R) = 3, tidak setuju (TS) = 2, dan sangat tidak setuju (STS) = 1 (Sugiyono, 2010).

Variabel

Pada penelitian ini independen variabel (variabel bebas) adalah kualitas layanan, variabel mediasi adalah kepuasan taruna serta variabel dependen (variabel terikat) adalah loyalitas taruna.

Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan oleh penelitian ini adalah SEM. SEM adalah teknik statistika untuk menguji dan mengestimasi hubungan kausal dengan mengintegrasikan analisis faktor dan analisis jalur (Abdillah & Hartono, 2015).

Pada penelitian ini yang digunakan adalah SEM berbasis kovarian (AMOS, *analysis moment structure*). SEM berbasis kovarian ini berfokus pada kelayakan model atau CFA dan pengujian kausalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas merupakan pengujian yang dilakukann untuk menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas dengan uji CFA (*confirmatory facctor analysis*) atau uji validitas konstruk (indikator), yaitu mengukur apakah konstruk(indikator) mampu atau tidak merefleksikan variabel latennya. Hasilnya memenuhi kriteria apabila nilai *critical ratio* (CR) > 1,96 dengan probability (P) < 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliable*) jika memiliki koefisien reliabilitas atau *cronbach`s alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Hasil pengujian reliabilitas instrumen terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah adalah reliable di atas nilai 0,60.

Uji Asumsi SEM

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini hasil pengujian normalitas untuk *univariate* dan *multivariate* data dihasilkannilai CR (*critical ratio*) berada di luar rentang $\pm 2,58$, sehingga tidak semua data terdistribusi dengannormal. Namun berdasarkan teorema limit pusat disebutkan bahwa walaupun sampel tidak berasal dari sebaran normal, asalkan ukuran sampel cukup besar (>30) maka sebaran bagi rata-rata sampel mendekati sebaran normal. Sedangkan menurut Santoso (2014), dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan angka dalam rentang $\pm 2,58$ agak sulit didapatkan, karena yang akan diuji adalah seberapa mencong/ miring distribusinya, jadi data masih dianggap normal meskipun data tidak benar benar berdistribusi normal.

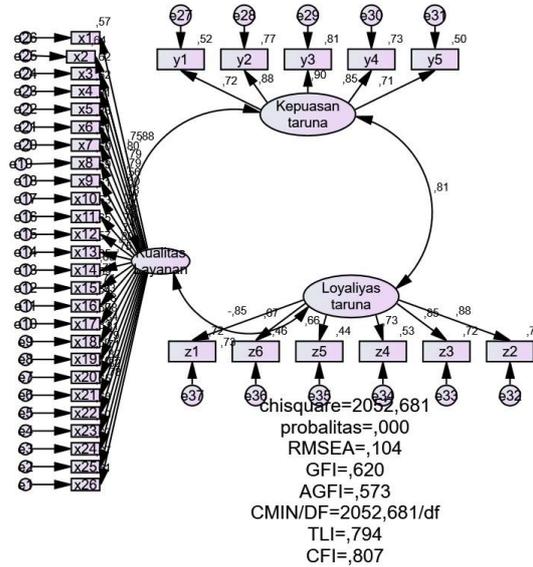
Uji Outlier

Uji outlier dilakukan dengan mendeteksi data-data yang ekstrim dengan cara melihat nilai *Mahalanobis* hitung < *Chi Square Distribution Table*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari jarak *Mahalanobis* minimal adalah 34,231 dan maksimal adalah 126,089. Nilai *Chi Square* yang didapatkan dari *Chi Square Distribution Table* dengan derajat bebas 41 (jumlah indikator seluruh variabel) pada tingkat probability 0,05 menunjukkan nilai sebesar 56,94. Karena nilai *Mahalanobis* hitung (126,089) > *Chi Square Distribution Table* (56,94) dengan demikian ada data yang outlier. Dalam data diatas dapat diketahui termasuk ke dalam data outlier karena mempunyai angka p1 dan p2 kurang dari 0,05.

Uji Ketepatan Model SEM

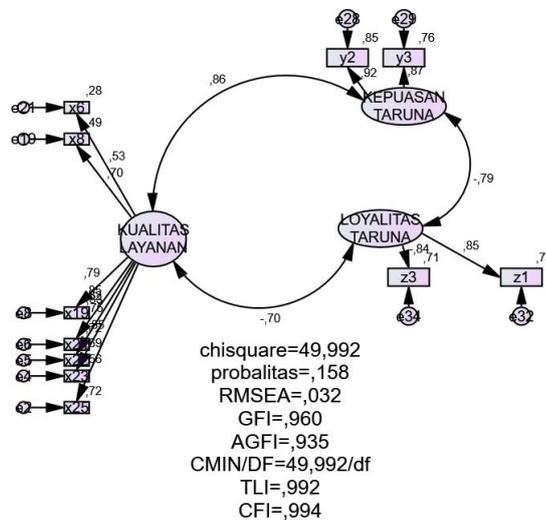
Hasil model awal gabungan variabel dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1. Model Awal Hasil Gabungan Variabel atau CFA Before Dropping.



Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa model yang dihasilkan belum baik. Hal ini terlihat dari nilai persyaratan model yang belum terpenuhi. Oleh karena itu berdasarkan hasil dari model yang dibentuk akan dilakukan modifikasi. Perbaikan model dilakukan dengan cara menghilangkan *error item* yang paling sering muncul di nilai M.I. *covariance* tertinggi pada output AMOS (*Modification Indices*) untuk menurunkan nilai *Chi-Square*. Setelah dilakukan beberapa modifikasi, maka terdapat beberapa indikator yang dihilangkan secara bertahap. Hasil analisis penyesuaian model yang dilakukan dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini:

Gambar 2. Model Gabungan Variabel Fit atau CFA *After Dropping*



Adapun hasil pengukuran kriteria *Goodness of fit* model hasil akhir CFA, seperti disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Ukuran Kesesuaian Model Penelitian SEM (After Dropping)

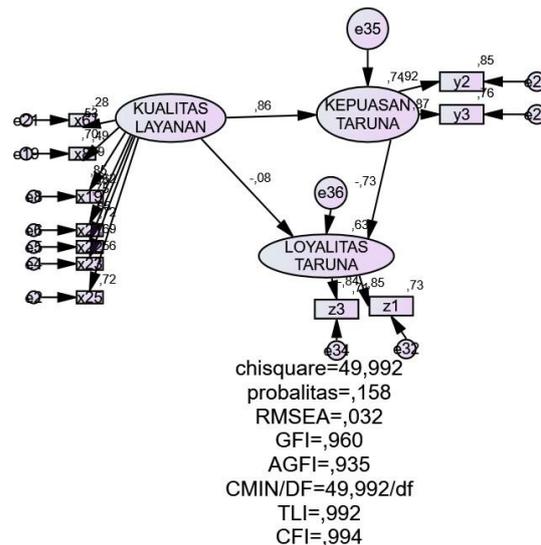
Goodness of fit-index	Cut- off value	Hasil	Ket
<i>Chi-Square</i>	≤56,94 (sesuai df)	49,992	Fit
<i>Probability</i>	≥ 0,05	0,158	Fit
RMSEA	≤ 0,08	,032	Fit
GFI	≥ 0,90	,960	Fit
AGFI	≥ 0,90	,935	Fit
CMIN/DF	≤ 2,00	1,219	Fit
TLI	≥ 0,95	0,992	fit
CFI	≥ 0,95	0,994	fit

Sumber: Olah data Amos (2020)

Structural Equation Model (SEM)

Setelah melalui tahap pengujian model dan data telah fit, maka selanjutnya akan dilakukan penyesuaian terhadap model penelitian. Hasil model penelitian SEM dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 3 *Structural Equation Model (SEM)*



Analisis Pengaruh Antar Variabel

Efek langsung adalah koefisien dari semua koefisien dengan anak panah satu arah, sedangkan efek tidak langsung adalah efek yang muncul melalui variabel penghubung.

Tabel 2. Pengaruh Langsung, Tidak langsung dan Pengaruh Total

Hubungan antar Variabel	Standardizetotal effect	Standardizedirect effect	Standardize indirect
KualitasLayanan terhadap Kepuasan Taruna	,860	,860	
Kualitas Layanan terhadap Loyalitas	-,700	-,075	-,625
Kepuasan Taruna terhadap Loyalitas	-,727	-,727	-
Kualitas Layanan terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan taruna	-,075	-,075*,860 = -0,0645	-

Berdasarkan tabel 2 tersebut terdapat 4 pengaruh langsung dan 1 pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini. Untuk pengaruh langsung terbesar dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan taruna, sedangkan pengaruh langsung terkecil adalah kualitas layanan terhadap loyalitas. Variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung adalah kualitas layanan terhadap loyalitas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan guna mengetahui hubungan antar variabel. Dalam melakukan *test of significance* dengan menggunakan taraf signifikansi (α) < 5%, untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh langsung antar variabel digunakan data *Regression Weights* pada output AMOS. Sedangkan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh tidak langsung antar variabel, akan digunakan *sobel tes* karena program AMOS tidak dapat mengeluarkan output signifikansi peranan tidak langsung. Berikut tabel *Regression Weights* dari hasil perhitungan AMOS 22 sebagai dasar dalam analisis hipotesis penelitian ini:

Tabel 3. Regression Weights SEM

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Ket.
Kepuasan taruna	<- Kualitas layanan	,822	,059	14,033	***	Positif, Signifikan
Loyalitas taruna	<- Kualitas layanan	-,065	,123	-,529	,597	Tidak Signifikan
Loyalitas taruna	<- Kepuasan taruna	-,654	,135	-4,852	***	Negatif Signifikan

Sumber: Olah data AMOS (2020)

Berikut adalah hasil uji sobel sebagai dasar dalam analisis hipotesis penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Sobel pada Efek Mediasi Antar Variabel Kualitas Layanan terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan taruna

Input:		Test statistic:	p-value:
f_a	14.033	Sobel test:	4.58563547
f_b	-4.852	Aroian test:	4.57527089
		Goodman test:	4.59607081
			0.00000453
			0.00000476
			0.00000431
		Reset all	Calculate

Dari hasil sobel tes diketahui bahwa nilai p- value sebesar 0 ($p < 0,05$), maka variabel kepuasan taruna memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas taruna dengan mediasi sempurna (*perfect mediation/ full mediation*).

PEMBAHASAN

Pembahasan lebih lanjut mengenai hasil analisis data berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Taruna

H1 diterima, Hal ini ditunjukkan dengan nilai $CR = 14,033 > 1,96$ dan taraf sigifikansi sebesar 0,001 (***) yang berada di bawah alfa 5 persen. Dengan demikian hipotesis H1 **terbukti** dalam analisis ini. Menurut Zeithaml (1996), kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang menentukan kepuasan pelanggan disamping harga, situasi dan faktor personal (Tjiptono, 2007). Hal ini senada dengan hasil penelitian Ghofiroh (2016), bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan.

H2: Terdapat pengaruh negatif antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas

H2 ditolak, Hal ini ditunjukkan dengan nilai $CR = -0,529 < 1,96$ dan taraf sigifikansi sebesar 0,597 yang berada di atas alfa 5 persen. Dengan demikian hipotesis H2 **tidak terbukti** dalam analisis ini. Hal yang senada dengan hasil penelitian Rinala, 2013 bahwa kualitas pelayanan akademik secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pada STP Nusa Dua Bali.

Loyalitas pelanggan yang berada pada tahap kognitif dapat dipertahankan dengan meningkatkan nilai produk terutama penurunan harga serta peningkatan manfaat dan kualitas produk. Loyalitas pelanggan yang berada pada tahap afektif dapat dipertahankan dengan memberikan kepuasan, memberi nilai tambahan serta menciptakan rintangan berpindah, seperti diskon bagi pelanggan yang loyal. Sedangkan pelanggan yang loyalitasnya berada pada tahap konatif dan tindakan,

selain memberikan kepuasan, kesetiiaannya dapat diraih dengan adanya *relationship* berkelanjutan sehingga pada akhirnya muncul *emotional cost* bila mereka ingin berpindah ke produk pesaing.

H3: Terdapat pengaruh negatif antara Kepuasan Taruna terhadap Loyalitas

H3 ditolak, Hal ini ditunjukkan dengan nilai $CR = -4,852 > 1,96$ dan taraf sigifikansi sebesar 0,001 (***) yang berada di bawah alfa 5 persen. Dengan demikian hipotesis H3 **tidak terbukti** dalam analisis ini.

Kepuasan pelanggan senantiasa merupakan penyebab utama timbulnya loyalitas. Namun penelitian-penelitian lain mendapati kurangnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mardalis (2005) bahwa pelanggan yang puas tidak serta merta akan menjadipelanggan yang loyal. Karena pada hakekatnya manusia memiliki rasa ingin tahu dan mencoba sesuatu yang baru.

Mardalis (2005) menyimpulkan bahwa dengan hanyamemuaskan pelanggan adalah tidak cukup menjaga mereka untuk tetap loyal, sementara mereka bebas untuk membuat pilihan. Stewart dalam Mardalis (2005) menyimpulkan adalah keliru untuk mengemukakan asumsi bahwa kepuasan dan loyalitas adalah bergerak bersama-sama.

H4: Terdapat pengaruh tidak langsung antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan taruna

H4 diterima, dari hasil sobel tes diketahui bahwa nilai p-value sebesar 0 ($p < 0,05$), maka variabelkepuasan taruna memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas taruna dengan mediasi sempurna (*perfect mediation/ full mediation*).

Hal yang senada dengan hasil penelitian Rinala (2013), bahwa kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa pada STP Nusa Dua Bali.

KESIMPULAN

Kualitas Layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Taruna/i Poltekel Banten, dengan koefisien regresi sebesar 0,86 dan nilai t-value 14,033 dengan t-table 1,960. Indikator yang paling merefleksikan Kualitas Layanan adalah Sanksi bagi taruna/i yang melanggar peraturan yang telah ditetapkan Poltekel Banten berlaku untuk semua Taruna/i tanpa terkecuali dan indikator Kepuasan Taruna/I Poltekel Banten yang paling merefleksikan adalah Poltekel Banten mengarahkan taruna/i menjadi disiplin, bertanggung jawab, sopan dan berbudi pekerti.

Kualitas Layanan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Taruna/i Poltekel Banten, dengan Koefisien Regresi sebesar 0,7 dan nilai t-value - 0,529 dengan t-table 1,960. Indikator yang paling merefleksikan

Kualitas Layanan adalah Sanksi bagi taruna/i yang melanggar peraturan yang telah ditetapkan Poltekel Banten berlaku untuk semua taruna/i tanpa terkecuali dan indikator Loyalitas Taruna/I Poltekel Banten yang paling merefleksikan adalah Poltekel Banten saya akan merekomendasikan Situs Web Poltekel Banten sebagai pilihan pendidikan kepada orang lain.

Kepuasan Taruna/i BP2IP tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Taruna/i Poltekel Banten, dengan Koefisien Regresi sebesar -0,73 dan nilai t-value -4,852 dengan t-table 1,960. Indikator yang paling merefleksikan indikator kepuasan Taruna/i Poltekel Banten adalah Poltekel Banten mengarahkan taruna/i menjadi disiplin, bertanggung jawab, sopan dan berbudi pekerti dan indikator Loyalitas Taruna/i Poltekel Banten yang paling merefleksikan adalah Poltekel Banten saya akan merekomendasikan Situs Web Poltekel Banten sebagai pilihan pendidikan kepada orang lain.

Disarankan dalam penelitian selanjutnya sebaiknya meneliti variabel-variabel lain yang belum masuk dalam model seperti variabel keputusan pembelian, *brand equity*, kepercayaan, dan komitmen, karena dalam penelitian ini masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas. Perlu dikaji lebih lanjut mengenai loyalitas para alumni Poltekel Banten agar instansi dapat melakukan strategi bisnis yang efektif dan efisien.

Data yang diperoleh peneliti hanya sebatas data dari hasil pengisian kuesioner, dimana rentan terjadi perbedaan persepsi dari pihak responden dalam memahami semua pernyataan instrumen yang diberikan. Perlu digali kembali hasil penelitian ini dengan responden melalui *depth interview* sehingga kita dapat mendalami pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan taruna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya seluruh pihak yang terlibat dalam berjalannya penelitian ini, khususnya para responden dan manajemen Poltekel Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Akbar, I. (2018). Pengaruh Relationship Marketing dan Relationship Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Produk Parfum Mulegh di Purwokerto. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.844>
- Fikri, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Ghofiroh, N., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada SMM ISO 9001:2008 Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).
- Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. (2009). How Quality, Value, Image, and Satisfaction Create Loyalty at a Chinese Telecom. *Journal of Business Research*, 62(10), 980–986.
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. Universitas Muhammadiyah Surakarta. *BENEFIT*, 9(2).
- RINALA, I. N. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *Jurnal Administrasi Pendidikan Indonesia*, 4(1).
- Santoso, S. (2014). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20 Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Simatupang, D. P. (2010). *Modul Perkuliahan Metode Penelitian*. Program Studi Magister Ilmu Hukum Unkris.
- Sondoh, S., Omar, M. W., Wahid, N. A., Ismail, I., & Harun, A. (2007). *The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic. a pilot study*.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa (Edisi 1)*. Bayumedia Publishing.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31. <https://doi.org/10.2307/1251929>