

# PROFITA

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM PEMBAYARAN REKENING AIR PT ADHYA TIRTA BATAM DI KOTA BATAM

Ivanali Sitompul\*, Heryenzus\*\*

Universitas Internasional Batam

ivanali@gmail.com

### Informasi Artikel

Tanggal masuk  
28 Okt 2021  
Tanggal revisi  
5 Nov 2021  
Tanggal diterima  
17 Nov 2021

### Keywords:

*quality of service,  
Product quality,  
customer loyalty*

### Abstract

*The purpose of this study was to identify the effect of service quality and product quality on customer loyalty in water utility billing PT. Adhya Tirta Batam. Population in this research is customer of PT. Adhya Tirta Batam which amounted to 152 people with sample of 110 people using convenience sampling. Results of data processing shows the quality of service (X1), product quality (X2) partially affect customer loyalty PT. Adhya Tirta Batam. this is indicated by the F test produced with the value 35.099 is greater than the value*

*3.08, this data shows > next service quality and product quality have a very strong influence in influencing customer loyalty PT. Adhya Tirta Batam. Positive and significant impact on customer loyalty, this means the better the quality of service in a company, the higher the loyalty of these customers. Product quality has a significant positive effect on customer loyalty, this means the higher the quality of existing products in the company will be higher customer loyalty in the company. Partially quality of service and product quality have positive and significant influence to customer loyalty.*



### 1. Pendahuluan

PT ATB (Adhya Tirta Batam) adalah perusahaan yang bergerak dibidang air masyarakat, sudah selama 17 tahun PT ATB telah melayani masyarkat kota akan suplai air untuk kebutuhan hidup

Masyarakat yang puas atas kualitas produk hanya akan loyal bila kepuasan tersebut mampu meningkatkan kepercayaan. Selain kepercayaan, nilai pelanggan adalah penting untuk membangun loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini nilai pelanggan terbukti menjadi mediator paling penting yang meningkatkan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam pemayaran rekening air.

Setelah diperhatikan dengan seksama, terdapat masalah dalam hal kurangnya kualitas pelayanan dimana ditandai dengan kurangnya kepedulian para karyawan akan lancarnya suatu pelayanan dikarenakan karena kurangnya pelatihan, motivasi yang

kurang, kurang adanya kesempatan menunjukkan potensi diri dimana dikarenakan pimpinan yang bersifat parental menyebabkan karyawan tidak bersemangat untuk berjuang untuk mencari solusi maupun informasi untuk hal yang kemungkinan menambah kualitas diri untuk menjenjangkan karirnya baik masa kini ataupun masa depan.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang berpengaruh dalam terciptanya loyalitas pelanggan. Terdapat juga beberapa masalah kualitas produk yang menyebabkan turunnya loyalitas pelanggan dalam pembayaran rekening airdikarenakan karena kurangnya perhatian para karyawan dalam perbaikan air yang rusak, minimnya ilmu yang dimiliki, motivasi yang kurang dan kurangnya pelatihan.

Beberapa bulan terakhir merupakan perputaran pembayaan rekening air. Hal ini merupakan sebuah pernyataan perusahaan. Apabila pembayaran yang tinggi akan menimbulkan loyalitas pelanggan dalam pembayaran rekening air. dari bulan Mei hingga bulan Juni 2017, jumlah pelanggan yang melakukan pembayaran rekening air pada bulan Maret sampai bulan Juni. Walaupun pada bulan Maret mengalami kenaikan, namun rata-rata mengalami penurunan. Adanya penurunan tersebut diduga karena karena kualitas pelayanan dan kualitas produk yang belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil penelitian yang berhubungan dengan masalah loyalitas pelanggan yang dihadapi setiap perusahaan. Dalam permasalahan ini maka penulis melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul : “pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam pembayaran rekening air PT Adhya Tirta Batam di kota batam”.

## 2. Metode

Variabel independen dan dependen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2), dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sujarweni, 2014: 65) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Adhya Tirta Batam di kota Batam sebanyak 152 orang. Metode penarikan sampel yang dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan populasi (N) 110 orang.

Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu kuesioner atau angket, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2008: 199). Kuesioner berisi pertanyaan mengenai data responden, dan data penelitian pelaksanaan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dalam pembayaran rekening air PT Adhya Tirta Batam di kota Batam.

Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert. Menurut (Sanusi, 2012: 59) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan yang berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Metode Analisis Data Uji Validitas Data

Dalam menentukan kelayakan suatu item yang dilakukan biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada tingkat 0,05. Artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item (Wibowo, 2012: 36). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau

tidak, Jika nilai correlated item total correlation  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilainya positif maka item-item pada pertanyaan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid. validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.

#### Uji Reliabilitas Data

Menurut (Wibowo, 2012: 52) menyatakan bahwa reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran diulangi duakali atau lebih. Ada beberapa metode yang digunakan untuk menguji reabilitas alat ukur misalnya: metode Anova Hoyt, Formula Flanagan, Formula Belah Dua Spearman- Brown, dan metode Tes Ulang. Dalam metode uji reabilitas yang sering digunakan dan begitu umum untuk

uji instrument pengumpulan data yaitu metode cronbach, Alpha.

#### Uji Normalitas

Menurut (Wibowo, 2012: 61) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang digambarkan akan berbentuk lonceng atau bell-shaped. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Histogram Regression Residual yang distandarkan, analisis Chi Square dan juga menggunakan nilai Kolmogrov-Smirnov  $Z < Z_{tabel}$ ; atau menggunakan nilai Probability Sig (2 failed)  $> \alpha$ ; sig  $> 0,05$  (Wibowo, 2012: 62).

#### Uji Multikolinearitas

Menurut (Wibowo, 2012: 87) menyatakan bahwa untuk mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinieritas. Untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau melihat tool uji tersebut Variance Inflation Factor (VIF). Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variable bebas terhadap variable terikatnya. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya

tidak terdapat hubungan antara variable bebas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Wibowo, 2012: 93) uji Heteroskedastisitas digunakan untuk Park Gleyser dengan cara mengoreksi nilai absolute residulnya adalah dengan masing-masing variable independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi  $>$  nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

#### Uji Pengaruh

##### Analisis Regresi Linear berganda

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas yaitu: kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk terhadap variabel terikat : loyalitas pelanggan (Y) pada PT Adhya Tirta Batam di kota Batam. Adapun regresi linear dalam penelitian ini dapat dinotasikan sebagai berikut;  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Wibowo, 2012: 135) Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besarnya proporsi atau persentase keragaman Y atau variabel terikat yang diterangkan oleh X atau variabel bebas. Uji (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai mempunyai range antara 0 (nol) sampai dengan 1(satu). Tampilan deprogram SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya adjusted pada tampilan model summary.

#### Uji Pengaruh Hipotesis

##### Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumusnya adalah (Sugiyono, 2010: 230).

Adapun langkah-langkah analisis uji parsial adalah sebagai berikut apabila:

1.  $t$  hitung  $\leq t$  tabel maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

2.  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

### Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung (Priyanto, 2011: 51). Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah : Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa Data profil responden berdasarkan jenis kelamin terdapat 39 responden atau 35,5% yang berjenis kelamin pria dan sisanya berjenis kelamin wanita sebanyak 71 responden atau 64,5%. Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden pria merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen wanita, namun demikian perbedaan dalam penilaian kualitas sudut pandang yang berbeda dalam penilaian kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan pelanggan perusahaan air minum batam.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan  
Data profil responden berdasarkan pendidikan terakhir terdapat 78 responden atau 70,9% yang tamatan SMA/SMK. 14 responden atau 12,7% yang tamatan D3, sisanya terdapat 18 responden atau 16,4% yang tamatan S1. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analisis terhadap suatu perusahaan seperti pelayanan dan kualitas produk yang diberikan perusahaan air minum Batam.

Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan  
Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda,

dengan responden yang bekerja sebagai swasta jumlah lebih dominan sebanyak 65 atau 59,1% sedangkan jumlah responden lain-lain lebih sedikit, yaitu 8 atau 7,3%. Dari hasil tersebut menunjukkan para pelanggan memang

kebayakan dari mereka yang sudah bekerja karena mempunyai penghasilan dan juga bias meluangkan waktu mereka untuk melakukan pembayaran tagihan rekening air di unit pelayanan perudahaan air minum ATB Batam.  
Hasil Penelitian

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Dari hasil spss di peroleh nilai hasil uji validitas untuk item pernyataan X1 (kualitas pelayanan) dari seluruh hasil diatas semua item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,1874 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Variabel kualitas produk (X2)

Dari hasil spss di peroleh nilai hasil uji validitas untuk item pernyataan X2 (kualitas produk) dari seluruh hasil diatas semua item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,1874 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Variabel loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil spss di peroleh nilai hasil uji validitas untuk item pernyataan Y (loyalitas pelanggan) dari seluruh hasil diatas semua item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel 0,1874 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan(X1)

Dari hasil spss diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,743 untuk variabel Kualitas pelayanan, nilai yang diperoleh lebih besar (>) dari nilai cronbach's alpha 0,60 maka variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Dari hasil spss diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,751 untuk variabel kualitas produk, nilai yang diperoleh lebih besar (>) dari nilai cronbach's alpha 0,60 maka variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Dari hasil spss diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,767 untuk variabel loyalitas pelanggan, nilai yang diperoleh lebih besar (>) dari nilai cronbach's alpha 0,60 maka variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

#### Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas. Jika terdiri multikolinearitas maka pendugaan koefisien regresi menjadi tidak akurat. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat variabel inflating factor (VIF) dari hasil regresi. Jika nilai VIF besar dari 10, maka tidak terdapat gejala multikolinearitas. bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah sebesar 1,222. Nilai olerance untuk masing-masing variabel sebesar 0,818. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas karena nilai VIV lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

#### Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan tabel diatas dapat disiketahui

bahwa probabilitas atau signifikansi untuk masing-masing variabel adalah sebesar 1.000. maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### Uji Pengaruh

Hasil Uji Regresi Linear Berganda  $Y=5,107+0,292+0,476$

Persamaan regresi di atas diperoleh dari hasil perhitungan SPSS. Persamaan regresi tersebut memiliki makna:

1. Nilai konstanta sebesar 5,107 memiliki arti bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan kualitas kerjamemiliki nilai 0, maka variabel loyalitas pelanggan akan memiliki nilai sebesar 5,107.

2. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif sebesar 0,292 dan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel kualitas pelayanan(X1), maka semakin tinggi nilai variabel

loyalitas pelanggan. Jika variabel kualitas pelayanan naik 1% atau 1 poin, maka variabel loyalitas akan meningkat sebesar 0,292 atau 29,2%.

3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk adalah positif sebesar 0,476 dan hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai variabel kualitas produk(X2), maka semakin tinggi nilai variabel loyalitas nasabah. Jika variabel kualitas produk naik 1% atau 1 poin, maka variabel loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,476 atau 47,6%.

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari 1 variabel X) secara bersama-sama. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). dapat dilihat bahwa nilai *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,396. Hal ini berarti kinerja kariawan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 39,6%, sedangkan sisanya sebesar 60,4 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### Uji Hipotesis

##### Hasil Uji t

maka uji hipotesis untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa variabel kualitas

pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai  $y$  untuk variabel kualitas pelayanan adalah positif 3,350. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan<sup>3</sup> sebesar 0,001 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05, dan  $t$  hitung 3,350 lebih besar dari  $t$  tabel 1,658 (lihat pada lampiran). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

2. Untuk hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah,

dapat dilihat dari tabel diatas bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dikatakan berpengaruh positif karena nilai  $t$  untuk variabel kualitas produk adalah positif sebesar 5,519. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel kualitas produk 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 dan  $t$  hitung 5,519 lebih besar dari nilai  $t$  tabel 1,658 (lihat pada lampiran). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Hasil Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang ( $m - 1$ ) dan dk penyebut ( $N - 1$ ).

#### 4. Kesimpulan

Berisi intisari penelitian dalam bentuk paragraf utuh

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,292 dengan signifikansi sebesar 0,001 (lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05) dan nilai  $t$  hitung sebesar 3,350 (lebih besar dari  $t$  table 1,658).
2. Kualitas produk berpengaruh positif

terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,476 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari  $\alpha$  0,05) dan nilai  $t$  hitung sebesar 5,519 (lebih besar dari  $t$  table 1,658). Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05) dan nilai F hitung sebesar 35,099 (lebih besar dari nilai F table 3,08).

#### Daftar Rujukan

- [1] (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016)Abdurahman, M. (2007). *ANALISIS KORELASI,REGRESI, DAN JALUR DALAM PENELITIAN* (edit\_1). Lingkar Selatan: CV. PUSTAKA JAYA SETIA.
- Andrianto, R. R. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN PADA PT . JNE SURABAYA, 3(9).
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. . (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Hasan, A. (n.d.). *MARKETING*. (A. Grafika, Ed.) (edit\_1). Jakarta: PT. BUKU KITA.
- Keegan, W. J. (2007). *Manajemen Pemasaran Global* (edit\_2). Yogyakarta.
- kotler, keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Molan.benyamin, Ed.) (edic\_12).
- Kotler philip, K. K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (B. sabraham, Ed.). Erlangga.
- Nurchahyo, yuri. (n.d.). *TQM Manajemen kualitas Total dalam perspektif Teknik Industri* (eit\_1). Jakarta Barat.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (n.d.). Analisis strategi diferensiasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah kopi coffee island, 4(1), 460–471.
- Sanusi, A. (2012). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. (D. A. Hlim, Ed.) (edit\_2). Jakarta:

- Selemba empat.  
Sarwono, J. (2012). *METODE RISET SKRIPSI PENDEKATAN KUANTITATIF Menggunakan Prosedur SPSS* (edit\_1). Jakarta: PT. ELEX Media Komputido.
- sedarmayanti. (2009). *RFORMASI ADMINISTRASI PUBLIK, Pelayanan Prima dan Kepemimpinan yang Baik*. (A. Mifka, Ed.) (cet\_1). Bandung: PT Refika Aditama.
- Semarang, D. I. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan, *13*(1), 1–119.
- Sugiyono. (2010). *STATISTIK UNTUK PENELITIAN* (EDIT\_17). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN BISNIS* (edit\_16). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *STATISTIK untuk PENELITIAN*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, W. (2014). *METODE PENELITIAN Lengkap, praktis, dan Mudah Dipahami* (Cet-1). Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sunyoto, D. (2012). *konsep Dasar Riset PEMASARAN & PERILAKU*. (Gunawan, Ed.) (cet\_1). Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2005). *strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Tjiptono, F. (2008a). *SERVICE management*. (Prabantini.Dwi, Ed.) (edit\_1). Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008b). *SERVICE manajemen*. (Prabantini.Dwi, Ed.) (edit\_1). Yogyakarta.
- Usman, N. (2007). *PROSES PENELITIAN KUANTITATIF* (Edit\_2). Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Wibowo, A. E. (2012). *APLIKASI PRAKTIS SPSS DALAM PENELITIAN*. (A. Djojo, Ed.) (edit\_1). Yogyakarta. <https://doi.org/978-602-8545-74-7>
- Yamit, Z. (2013). *MANAJEMEN KUALITAS PRODUK & JASA* (edit\_6). Yogyakarta: EKONISIA Yogyakarta. (Ratela & Taroreh, n.d.)Abdurahman, M. (2007). *ANALISIS KORELASI,REGRESI, DAN JALUR DALAM PENELITIAN* (edit\_1). Lingkar Selatan: CV. PUSTAKA JAYA SETIA.
- Andrianto, R. R. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. JNE SURABAYA, *3*(9).
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. . (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, *4*(1), 109–119.
- Hasan, A. (n.d.). *MARKETING*. (A. Grafika, Ed.) (edit\_1). Jakarta: PT. BUKU KITA.
- Keegan, W. J. (2007). *Manajemen Pemasaran Global* (edit\_2). Yogyakarta.
- kotler, keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. (Molan.benyamin, Ed.) (edic\_12).
- Kotler philip, K. K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (B. sabraham, Ed.). Erlangga.
- Nurchahyo, yuri. (n.d.). *TQM Manajemen kualitas Total dalam perspektif Teknik Industri* (eit\_1). Jakarta Barat.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (n.d.). Analisis strategi diferensiasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah kopi coffee island, *4*(1), 460–471.
- Sanusi, A. (2012). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. (D. A. Hlim, Ed.) (edit\_2). Jakarta: Selemba empat.
- Sarwono, J. (2012). *METODE RISET SKRIPSI PENDEKATAN KUANTITATIF Menggunakan Prosedur SPSS* (edit\_1). Jakarta: PT. ELEX Media Komputido.
- sedarmayanti. (2009). *RFORMASI ADMINISTRASI PUBLIK, Pelayanan Prima dan Kepemimpinan yang Baik*. (A. Mifka, Ed.) (cet\_1). Bandung: PT Refika Aditama.
- Semarang, D. I. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan, *13*(1), 1–119.
- Sugiyono. (2010). *STATISTIK UNTUK PENELITIAN* (EDIT\_17). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2012). *METODE PENELITIAN BISNIS*

(edit\_16). Bandung: ALFABETA.  
Sugiyono. (2014). *STATISTIK untuk  
PENELITIAN*.  
Bandung: ALFABETA.  
Sujarweni, W. (2014). *METODE  
PENELITIAN Lengkap, praktis, dan Mudah  
Dipahami* (Cet-1). Yogyakarta:  
PUSTAKABARUPRESS.