

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT AIR MANADO**

**THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
AND TRUST TOWARD CUSTOMER LOYALTY IN PT AIR MANADO**

Oleh:

**Ida Sukmawati¹
James D.D. Massie²**

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail: ¹idasukmawati@gmail.com
²jamesmassie@gmail.com

Abstrak: Pembayaran rekening pelanggan tepat waktu sebagai representasi loyalitas pelanggan berperan penting untuk menunjang keberlangsungan hidup perusahaan publik air seperti PT Air Manado. Peningkatan efisiensi penagihan rekening PT Air Manado dapat dilakukan dengan berbagai upaya antara lain meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan PT Air Manado. Populasi penelitian ini adalah para pelanggan PT Air Manado, jumlah sampel 161 responden, teknik *probability sampling* dan metoda pengumpulan data angket terbuka. Metoda Penelitian menggunakan *Path Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh: (1) signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (2) tidak signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan; (3) tidak signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (4) signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan; (5) signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan; (6) tidak signifikan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan; (7) signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan; (8) tidak signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado.

Kata kunci : *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan*

Abstract: *Timely customer payment as a representation of customer loyalty is an important role to support the sustainability of public utility water such as PT Air Manado. Billing efficiency improvement of PT Air Manado, can be performed by various efforts such as to improve the service quality, customer satisfaction and trust. The purpose of this research are to determine the effect of service quality on customer satisfaction, customer trust and loyalty of customers, to determine the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction and customer trust of PT Air Manado. The population is all customers of PT Air Manado, the sample is 161 respondent, probability sampling as the technical sampling, the data collection methods using open questionnaire. The method of analyze use Path Analysis. The results showed, there is (1) significant influence of Service Quality on Customer Satisfaction (2) not significant influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty;(3) not significant influence of Service Quality on Customer Loyalty;(4) significant influence of Customer Satisfaction on Trust; (5) significant influence of Service Quality on Trust; (6) not significant influence of Trust on Customer;(7) significant influence Service Quality to Customer Loyalty mediated by Customer Satisfaction;(8) not significant influence of Service Quality to Customer Loyalty mediated by Trust in PT Air Manado.*

Key words: *service quality, customer satisfaction, trust, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Air merupakan zat yang paling penting setelah udara dalam kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya. Pemenuhan kebutuhan masyarakat akan air bersih di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No 14 tahun 1987 tentang penyerahan sebagian urusan pemerintah di bidang pekerjaan umum ke daerah dan Keputusan Menteri Dalam Negeri No: 690-069 tahun 1992, tentang Pola Petunjuk Teknis Pengelolaan PDAM, tugas pokok dan fungsi PDAM sebagai institusi pelayanan umum bagi masyarakat, yang mampu membiayai kebutuhan operasional dan peningkatan pelayanan sendiri, di samping itu diharapkan mampu memberikan sumbangan pembangunan kepada Pemerintah Daerah. Keputusan ini diperkuat dengan terbitnya Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 47 Tahun 1999, tentang Pedoman Penilaian Kinerja PDAM yang menyatakan bahwa tujuan pendirian PDAM adalah untuk memenuhi pelayanan dan kebutuhan akan air bersih bagi masyarakat serta sebagai salah satu sumber PAD.

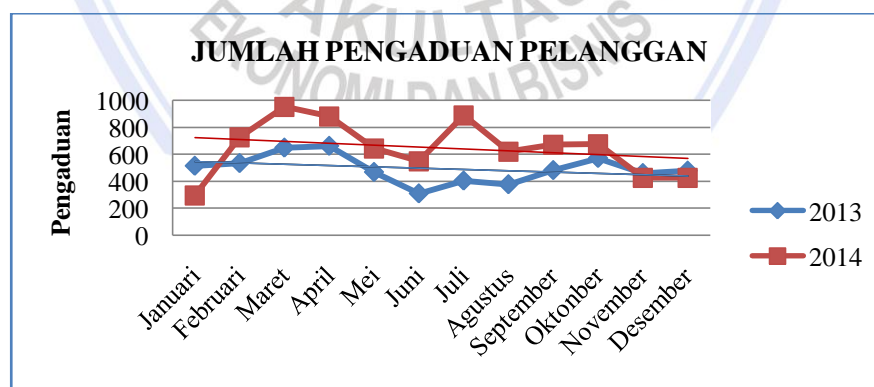
Berdasarkan peraturan di atas maka, PDAM harus dikelola dengan baik yaitu dalam penyelenggaraan, pengelolaan, dan pembinaan harus didasarkan pada prinsip-prinsip dan azas ekonomi perusahaan yang sehat agar mendapatkan laba (*profit oriented*) guna memenuhi kebutuhan biaya operasional dan pengembangan perusahaan (*self finance*) dan menjadi salah satu sumber PAD, tetapi juga dituntut fungsinya sebagai penyedia air bersih untuk pelayanan publik yang bersifat sosial (*public service oriented*). PDAM Kota Manado yang sejak tahun 2007 telah berganti pemegang saham dan berubah nama menjadi PT Air Manado setelah sekian tahun beroperasi masih bermasalah dengan kualitas pelayanan bagi pelanggannya. Hal ini tercermin pada masih banyaknya pengaduan pelanggan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengaduan Pelanggan PT Air Manado

Uraian	2013	2014
Jumlah Pengaduan	5.897	7.738
Rata rata per bulan	491	645

Sumber: Laporan PT Air Manado.

Tabel 1. menunjukkan rata rata jumlah pengaduan pelanggan per bulan pada perioda 2013 sebesar 491 kasus dan meningkat sebesar 31 % pada tahun 2014 menjadi 645 kasus. Peningkatan rata rata pengaduan pada tahun 2014 mendapatkan kontribusi dari meningkatnya jumlah pengaduan pada setiap bulan dibandingkan dengan tahun 2013 pada bulan yang sama terutama pada bulan Maret dan Juli 2014.



Gambar 1. Jumlah Pengaduan Pelanggan PT Air Manado Tahun 2013 dan 2014

Sumber: Laporan PT Air Manado

Gambar 1. memperlihatkan dengan jelas, pada tahun 2013 dan 2014 sudah ada tren penurunan pengaduan pelanggan, tetapi tren di tahun 2014 lebih tinggi daripada tren di tahun 2013. Hal ini menjadi indikator bahwa ada kecenderungan penurunan tingkat kepuasan pelanggan pada tahun 2014 dibandingkan tahun 2013.

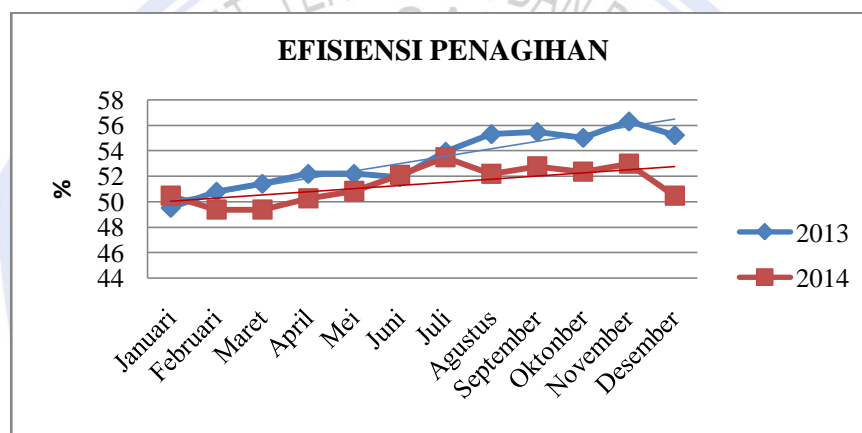
Fenomena empirik pada PT Air Manado berikutnya adalah banyaknya pelanggan yang menunggak pembayaran rekeningnya seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Rekening Pelanggan Menunggak PT Air Manado Desember 2014

Zona Pelayanan	1 bulan	2 bulan	3 bulan	4-96 bulan
Total	3.665	1.211	516	6.213

Sumber: Laporan PT Air Manado

Pada Tabel 2. di atas, menunjukkan jumlah rekening yang belum dibayar pada periode menunggak 1 bulan sebesar 3.655 rekening dan pada perioda menunggak 2 bulan sebesar 1.211 rekening, sedangkan perioda menunggak sampai dengan 3 bulan sebesar 516 rekening dan terbesar adalah perioda menunggak 4 – 96 bulan berjumlah 11.605 rekening dengan total jumlah piutang sebesar lebih kurang Rp. 21,2 M. Dari data efisiensi penagihan PT Air per bulan pada tahun 2013 dan 2014 dibuat grafik seperti terlihat pada Gambar 2., yang menunjukkan adanya fluktuasi persentasi efisiensi penagihan pada tahun 2013 dan 2014. Gambar 2. juga memperlihatkan adanya tren kenaikan presentasi efisiensi penagihan baik pada tahun 2013 dan pada tahun 2014, tetapi bila dibandingkan tren pada kedua tahun ini, tren kenaikan pada tahun 2013 masih lebih tinggi dari tahun 2014.



Gambar 2. Persentasi Efisiensi Penagihan PT Air Manado 2013 dan 2014

Sumber: Laporan PT Air Manado

Bila kedua fenomena ini dikaitkan maka diduga ada hubungan antara meningkatnya tren jumlah pengaduan pelanggan dengan turunnya tren tingkat efisiensi penagihan. Atau dengan kata lain, ada hubungan antara turunnya tingkat kepuasan pelanggan akibat menurunnya kualitas pelayanan terhadap menurunnya loyalitas pelanggan. Penelitian masih terus dikembangkan dalam upaya untuk memperjelas hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan dan memberikan hasil yang bervariasi. Normasari, dkk. (2013), menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, tetapi kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan di Hotel Pelangi Malang, sedangkan Setiawan dan Ukudi (2007) dengan penelitiannya berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PD BPR Bank Pasar Kendal), menyimpulkan bahwa peningkatan layanan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan PD BPR Bank Pasar Kendal secara positif dan signifikan.

Awaluddin dan Setiawan (2010) mengutip beberapa penelitian terdahulu seperti Afsar (2010), yang membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Namun Frimpong, Nwankwo dan Dason (2010), membuktikan bahwa ada pengaruh positif namun tidak signifikan dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Ada kesenjangan empirik yang terjadi di PT Air Manado dan kesenjangan penelitian terdahulu seperti yang telah dijelaskan di atas. Untuk menutupi kesenjangan tersebut peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian terdahulu dengan menambahkan pengaruh dua variabel lain pada konsep hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yaitu variabel kepuasan

pelanggan dan variabel kepercayaan pelanggan sebagai mediator hubungan antara variabel kualitas pelayanan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan:

1. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
2. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
3. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
4. Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
5. Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
6. Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
7. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
8. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Tjiptono dan Chandra (2012:74) kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Lehtinen & Lehtinen (1982), Gronroos, (1984), Caruana, (2002) dalam Kheng (2010) mengatakan kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan oleh pelanggan antara harapan mereka tentang layanan dan persepsi mereka tentang cara layanan dilakukan. Kesimpulan pernyataan di atas, kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan terhadap perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterimanya seperti ketepatan dan cara penyampaiannya. Parasuraman, *et al.* (1985) dalam Tjiptono dan Chandra (2012:78) mengidentifikasi ada 10 indikator kualitas pelayanan, yang dirangkum menjadi 5 indikator yaitu, Reliabilitas (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*), Bukti Fisik (*tangibles*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan persepsi kinerja (atau hasil) dengan harapannya Kotler dan Keller (2009:177). Park dalam Hasan, (2009:57) dikutip oleh Putri dkk., (2014), menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Zeithaml & Bitner (2008:110) dalam Saidani dan Arifin (2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Kesimpulan dari pernyataan di atas, kepuasan pelanggan adalah tingkat respon dan perasaan pelanggan setelah mengevaluasi barang yang dikonsumsi atau kinerja jasa dibandingkan harapannya. Dutka dalam Subroto (2013) mendefinisikan bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu *Attributes related to product*, *Attributes related to service*, *Attributes related to purchase*

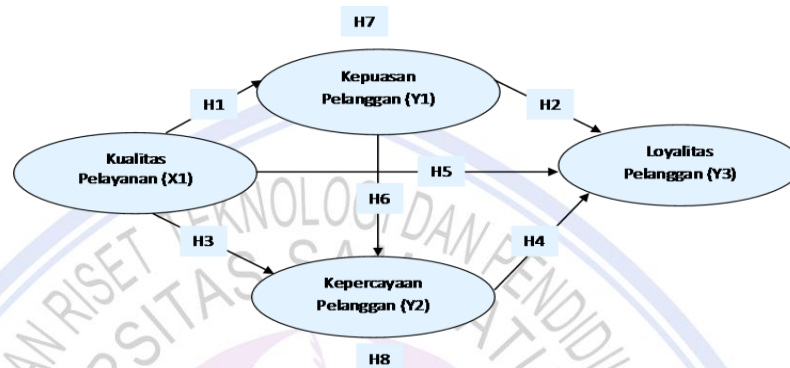
Loyalitas Pelanggan

Kheng (2010) mengutip pernyataan Bloemer & Kasper (1995), kualitas pelayanan dinyatakan sebagai kesetiaan yang sesungguhnya bukan hanya sebagai perilaku pengulangan pembelian dari sebuah merek, tanpa komitmen, kemudian mengutip Zeithaml *et al.* (1996) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai multi-dimensi dan mencakup baik respon positif maupun negatif sehingga, pelanggan setia belum tentu merupakan pelanggan yang puas. Kesimpulan pernyataan di atas, loyalitas pelanggan adalah kesetiaan yang sesungguhnya yang dapat menerima sisi positif dan negatif, tetap mengambil keputusan tidak beralih membeli pada perusahaan lain, walaupun kurang puas dalam pelayanan barang atau jasanya. Griffin, (2005:31), dalam Sembiring dkk. (2014), konsumen loyal adalah seseorang yang melakukan aktivitas membeli barang atau jasa yang memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) Melakukan pembelian secara teratur. (2) Membeli produk lain yang ditawarkan produsen yang sama. (3) Merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. (4) Kekebalan terhadap daya tarik pesaing

Kepercayaan Pelanggan

Akbar and Parvez (2009), para peneliti telah menetapkan bahwa kepercayaan merupakan hal yang penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Morgan and Hunt (1994) menyatakan bahwa kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak memiliki keyakinan dalam kehandalan dan integritas orang yang dipercaya. Kesimpulan pernyataan di atas, kepercayaan pelanggan adalah merupakan hal yang penting bagi penyedia jasa yang didasarkan pada kehandalan dan integritas sehingga konsumen memiliki keyakinan untuk membangun hubungan jangka panjang. Menurut McKnight *et al.* (2002a) menyatakan bahwa ada dua indikator kepercayaan konsumen, yaitu: *Trusting Belief* yang terdiri dari *benevolence*, *integrity*, *competence* dan *Trusting Intention* yang terdiri dari *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

Kerangka Konseptual Pemikiran



Gambar 3 Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori

Hipotesis

- H₁: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
 H₂: Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
 H₃: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
 H₄: Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan antara Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
 H₅: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
 H₆: Kepercayaan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
 H₇: Kepuasan pelanggann diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
 H₈: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan sifat eksplanasinya penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, kuantitatif – *new hypothesis testing research* – yaitu dengan menggunakan berbagai hasil penelitian yang ada serta teori teori yang mapan untuk membangun hipotesis sendiri yang kemudian dilakukan penelitian empiris guna menguji hipotesis yang dibangun tersebut (Ferdinand, 2006:9).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Air Manado yang berjumlah 25.034 sambungan rumah berdasarkan data pelanggan per Desember 2014. Pada awal penelitian berdasarkan formula pendekatan Yamane (1973) dalam Ferdinand (2006:174) jumlah sampel direncanakan 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dan metoda pemilihan sampel *proportionate stratified random sampling*. Pada pelaksanaan di lapangan jumlah sampel yang diambil berjumlah 161 responden.

Teknik Pengumpulan dan Analisa Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian dilakukan *door to door* dengan metoda mengisi angket secara terbuka dan wawancara. Pengukuran respon pelanggan terhadap pernyataan dalam angket menggunakan 5

(lima) Skala Likert. Untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah pendekatan dengan Teknis *Path Analysis*.

Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Empat variable yang akan diteliti yaitu loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan kualitas pelayanan disusun definisi operasionalnya, ditentukan indikator yang akan diukur, kemudian akan disusun kisi kisi instrument untuk memudahkan penyusunan instrumen pengukuran penelitian.

Kualitas Pelayanan Pelanggan

Kayaga *et all* (2004), mengutip Gronroos (1984) yang menyatakan Kerangka Kualitas Teknis – Kualitas Fungsional lebih tepat untuk diaplikasikan dalam pelayanan air perkotaan. Kualitas teknis dalam penelitian ini mengacu pada semua variabel obyektif di mana pelanggan akan menilai kemampuan teknis dari utilitas air sedangkan kualitas fungsional mengacu pada bagaimana staf penyedia layanan berhubungan dengan pelanggan. Definisi operasional kualitas pelayanan-teknis PT Air mengacu pada Kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk. Sedangkan kualitas pelayanan fungsional mengacu pada Kepmen PAN no 63 tahun 2003 dan Kepmen PAN no 25 tahun 2004.

Kepuasan Pelanggan

1. *Attributes related to product* PT Air Manado
 - a. Kualitas Produk, memenuhi standar kualitas air minum Permenkes 495
 - b. Kuantitas produk, memenuhi jumlah produk yang diinginkan pelanggan
 - c. Kontinuitas produk, produk selalu tersedia kapanpun dibutuhkan
 - d. Harga produk terjangkau
2. *Attributes related to service* PT Air Manado
 - a. Sistem Pelayanan Sambungan baru sudah sesuai dengan harapan
 - b. Sistem Pelayanan Pemutusan dan penyambungan kembali sudah sesuai dengan harapan
 - c. Sistem Pelayanan Pengaduan pelanggan sudah sesuai dengan harapan
 - d. Sistem Pembayaran Rekening sudah sesuai dengan harapan
3. *Attributes related to purchase* PT Air Manado
 - a. Pelayanan sudah sesuai dengan harga air
 - b. Kualitas air sudah sesuai dengan harga air
 - c. Kebanggaan menjadi pelanggan PT Air

Loyalitas Pelanggan

1. *Benevolence* PT Air
 - a. Memberikan perhatian pada pelanggan untuk memberikan pelayanan terbaik
 - b. Kemauan untuk memberi manfaat bagi pelanggannya
 - c. Iktikad baik untuk memberikan kepuasan pada pelanggan
2. *Integrity* PT Air Manado
 - a. Memenuhi apa yang diinginkan pelanggan
 - b. Tidak menyembunyikan informasi penting kepada pelanggan
 - c. Menjaga reputasi perusahaan
3. *Competence* PT Air Manado
 - a. Kemampuan menyediakan produk yang berkualitas
 - b. Kemampuan mengirim produk tepat waktu

Loyalitas Pelanggan

1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Membeli produk lain yang ditawarkan produsen yang sama
3. Merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain
4. Kekebalan terhadap daya tarik pesaing

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Gambaran Umum PT Air Manado**

Kota Manado merupakan kota terbesar di Propinsi Sulawesi Utara yang terdiri dari wilayah kepulauan dan daratan dengan luas 15.726 Ha dan jumlah penduduk 415.114 jiwa (2012). PT Air Manado adalah perusahaan daerah penyedia kebutuhan air bersih masyarakat di 7(tujuh) kecamatan wilayah administrasi Kota Manado, dengan jumlah pelanggan 25.034 (Desember 2014), yang terdistribusi di 8 (delapan) zona pelayanan seperti disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Jumlah Pelanggan PT Air Manado per Zona Pelayanan Desember 2014

No	Zona Pelayanan	Pelanggan
1	Lotta	5.037
2	Malalayang/Sea	3.642
3	Pal Dua A	5.201
4	Pal Dua B	6.292
5	Pancuran IX	3.171
6	Warembungan/Koka	1.691
TOTAL		25.034

Sumber: Laporan PT Air Manado

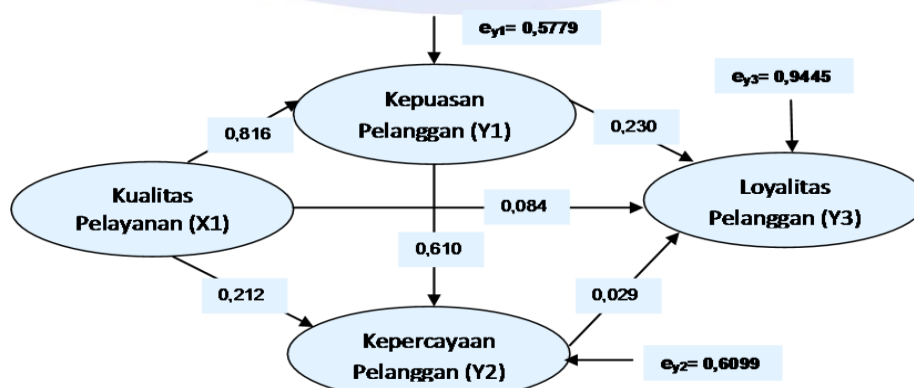
Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4 dibawah, merupakan rangkuman dari output hasil analisa jalur pengaruh langsung untuk variable penelitian Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dari PT Air Manado. Berdasarkan data data pada tabel ini, selanjutnya akan dibahas hasil dari 6 (enam) uji hipotesis.

Tabel 4. Rangkuman Output Sub Struktural 1, 2 dan 3

Hipotesis	Variabel Eksogen	Variabel Endogen	β	t	P value	Nilai F	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi
H ₁	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	0,816	17,813	0,000	317,293	Diterima	0,666
H ₂	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,230	1,527	0,129	6,229	Ditolak	0,106
H ₃	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan	0,084	0,627	0,531	6,229	Ditolak	0,106
H ₄	Kepuasan Pelanggan	Kepercayaan Pelanggan	0,610	7,263	0,000	133,482	Diterima	0,628
H ₅	Kualitas Pelayanan	Kepercayaan Pelanggan	0,212	2,528	0,012	133,482	Diterima	0,628
H ₆	Kepercayaan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,029	0,237	0,813	6,229	Ditolak	0,106

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2015)

**Gambar 3 Model Pengaruh Langsung antar Variabel**

Sumber: Hasil Pengolahan data

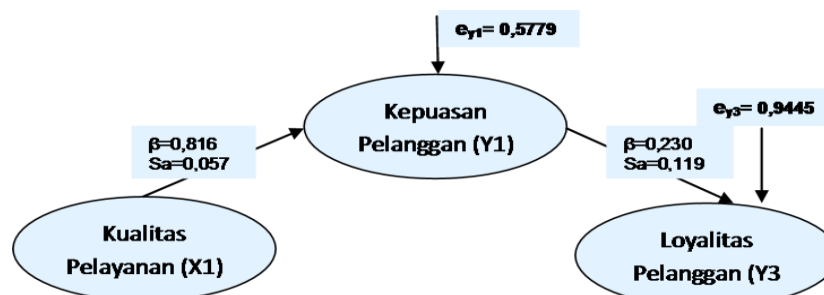
Hasil Perhitungan Analisa Jalur yang dirangkum pada Tabel 4 di atas, diperoleh;

1. Kualitas Pelayanan- Kepuasan Pelanggan, koefisien jalur (β) 0,816 , t hitung 17,813, p-value $0,000 < 0,05$, ada pengaruh langsung signifikan antara variable Kualitas Pelayanan terhadap variable Kepuasan Pelanggan. Maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado diterima dengan kontribusi sebesar 66,6%
2. Kepuasan Pelanggan – Loyaltias Pelanggan, dengan nilai koefisien jalur (β) 0,230, t hitung sebesar 1,527 dan nilai p-value $0,129 > 0,000$. ada pengaruh langsung variable Kepuasan Pelanggan terhadap variable Loyaltias Pelanggan tapi tidak signifikan Maka hipotesis yang menyatakan Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyaltias Pelanggan di PT Air Manado ditolak dengan kontribusi sebesar 10,6%
3. Kualitas Pelayanan – Loyaltias Pelanggan nilai koefisien jalur (β) 0,084, t hitung 0,627. tetapi tidak nilai p-value $0,531 > 0,05$, ada pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyaltias Pelanggan tetapi tidak signifikan. Maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyaltias Pelanggan di PT Air Manado ditolak dengan kontribusi sebesar 10,6%
4. Kepuasan Pelanggan – Kepercayaan Pelanggan nilai koefisien jalur (β) 0,610, t hitung 7,263, nilai p-value $0,000 < 0,05$. Ada pengaruh langsung antara variable Kepuasan Pelanggan terhadap variable Kepercayaan dan signifikan. Maka hipotesis yang menyatakan Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado diterima dengan kontribusi sebesar 62,8%
5. Kualitas Pelayanan – Kepercayaan Pelanggan, koefisien jalur (β) 0,212, t hitung 2,528, nilai p-value $0,012 < 0,05$, ada pengaruh langsung antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan dan signifikan Maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado diterima dengan kontribusi sebesar 6,28%
6. Kepercayaan Pelanggan – Loyaltias Pelanggan , koefisien jalur (β) 0,029, t hitung 0,237 nilai p-value $0,813 > 0,05$. Ada pengaruh langsung antara variable Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyaltias Pelanggan tetapi tidak signifikan. Maka hipotesis ditolak dengan kontribusi sebesar 10,6%.

Tabel 5. Pengaruh langsung, tidak langsung dan Total antar Variabel

Pengaruh variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung melalui Y1	Pengaruh tidak langsung melalui Y2	Pengaruh tidak langsung melalui Y1 dan Y2	Total
$X_1 - Y_1$	0,816	-	-	--	0,816
$X_1 - Y_2$	0,212	$(0,816 \times 0,610) = 0,498$	-	--	0,7098
$X_1 - Y_3$	0,084	$(0,816 \times 0,230) = 0,1877$	$(0,212 \times 0,029) = 0,006$	$(0,816 \times 0,610 \times 0,029) = 0,0144$	0,2921
$Y_1 - Y_2$	0,610	-	-	-	0,610
$Y_1 - Y_3$	0,230	-	$0,610 \times 0,029 = 0,01769$	-	0,2477
$Y_2 - Y_3$	0,029	-	-	-	0,029

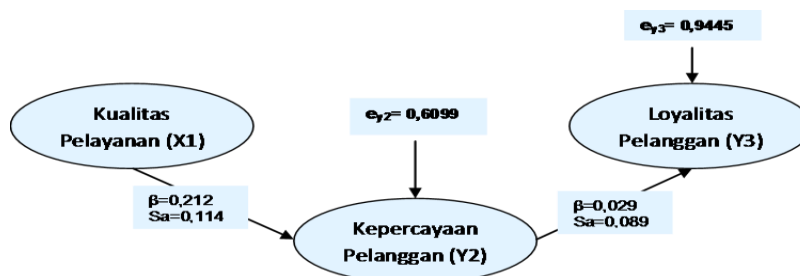
7. Perhitungan di atas menunjukkan pengaruh tidak langsung variable Kualitas Pelayanan terhadap variable Loyaltias Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan signifikan dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,1877 dan t hitung sebesar 1,8589 > t tabel = 1,66455. Maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyaltias Pelanggan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado diterima.



Gambar 5 Model 1. Pengaruh tidak langsung

Sumber: Pengolahan Data

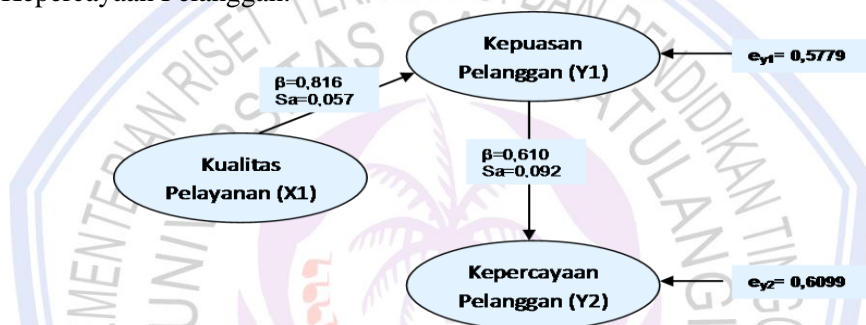
8. Perhitungan di atas menunjukkan pengaruh tidak langsung variable Kualitas Pelayanan terhadap variable Loyalitas Pelanggan tidak signifikan, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,006 dan t hitung sebesar $0,2835 < t \text{ tabel} = 1,66455$. Maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado ditolak.



Gambar 6 Model 2 Pengaruh tidak langsung

Sumber: Pengolahan Data

9. Hasil dari perhitungan rumus t hitung adalah $0,0829 < \text{dari hasil } t \text{ tabel} = 1,65455$. Sehingga dapat disimpulkan dengan dimediasi Kepuasan Pelanggan, variable Kualitas pelayanan tidak signifikan mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan.



Gambar 7. Model 3 Pengaruh tidak langsung

Sumber: Pengolahan Data

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sebagian besar responden menyetujui bahwa kualitas Pelayanan PT Air Manado sudah meningkat, khususnya pelayanan yang tidak berkaitan dengan produk, seperti fasilitas loket pembayaran (indikator *tangible*), kemudahan pembayaran di loket (indikator *reliability*), upaya untuk tidak ada kesalahan dalam penerbitan rekening (indikator *assurance*) trampil berkomunikasi dan siap membantu (indikator *empaty*). Pernyataan ini diperkuat penelitian Sureshchandar *et al.* (2003) dalam Akbar and Parvez (2009) dan Awaluddin dan Setiawan (2012) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Analisa penelitian ini menghasilkan, Kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, yang dalam hal ini dikaitkan dengan pembayaran rekening tepat waktu. Banyak responden menyatakan kurang puas terhadap 3 (tiga) atribut indikator kepuasan pelanggan yang dikaitkan dengan produk, pelayanan dan harga, tetapi pada item pernyataan loyalitas pelanggan, mereka tetap membayar secara rutin dan tidak beralih ke sumur dengan alasan, takut dilakukan pemutusan sambungan oleh PT Air. Kayaga, *et al.*, (2004) adalah satu penelitian yang mendukung pernyataan di atas yaitu, kepuasan pelanggan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap Perilaku Pembayaran Rekening Air. Colgate *et al.* (1996) juga melihat bahwa tidak selalu terjadi bahwa pelanggan yang ingkar berarti tidak loyal

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil dari analisa data yang diperoleh, ada pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan tetapi tidak signifikan. Ada dua hal kontradiktif yang terjadi di lapangan yang berkontribusi sehingga hasil analisa ini berpengaruh tidak signifikan yaitu, ada sebagian pelanggan tidak mendapatkan kualitas pelayanan yang memadai tetapi tetap rutin membayar, sedangkan disisi lain ada pelanggan yang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik tetapi menunggak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Normasari dkk. (2013) dan penelitian Setiawan dan Ukudi (2007) pada salah satu nya menyatakan bahwa bahwa variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga masih sejalan dengan penelitian Cronin and Taylor (1992) yang dikutip oleh Akbar and Parvez (2009), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak menampilkan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk membeli kembali.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil uji hipotesa menyebutkan bahwa diduga adanya pengaruh yang signifikan dari variable Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan pelanggan di PT Air Manado dinyatakan dapat diterima. Faktor keyakinan pelanggan bahwa PT Air akan memperbaiki kinerjanya dalam melayani pelanggan turut menyumbang signifikansi dari pengaruhnya terhadap kepercayaan pelanggan. Rata rata pelanggan PT Air adalah pelanggan lama yang sudah berlangganan lebih dari 10 tahun. Mereka berpendapat bahwa sudah ada peningkatan kinerja pelayanan PT Air dibandingkan beberapa tahun silam. Pada waktu itu untuk memenuhi kebutuhan airnya mereka harus naik gunung dan memikul air. Perilaku masyarakat kaum 'tua' yang mempunyai kemampuan 'akseptibilitas' tinggi, diperkirakan turut berkontribusi terhadap signifikansinya variable Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian Sarwar *et al.* (2012) sesuai dengan pernyataan di atas, yang menyatakan bahwa adanya peningkatan kepuasan pelanggan akan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil analisa menyatakan ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, berpengaruh tidak signifikan. Gronroos (1984), menyatakan bahwa untuk meningkatkan citra perusahaan ada 2 (dua) jenis kualitas pelayanan yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan yaitu kualitas pelayanan teknik, yakni apa yang diterima oleh pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan jasa dan kualitas pelayanan fungsional yaitu bagaimana pelayanan disampaikan kepada pelanggan. Ada dua pendapat berlawanan dari hasil angket yaitu, sebagian pelanggan berpendapat kualitas pelayanan non teknis sudah baik sedangkan kualitas pelayanan teknis yakni kualitas, kuantitas dan kontinuitas air yang diterima kebanyakan pelanggan memberikan tanggapan negatif. Gabungan dari kedua pendapat ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan Morgan dan Hunt (1994) yang mengemukakan bahwa meningkatnya persepsi pelanggan terhadap kualitas juga akan membangun kepercayaan pelanggan menjadi bertambah besar. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Setiawan dan Ukudi (2007) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil uji hipotesa memberikan hasil bahwa ada pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, tetapi tidak signifikan. Upaya PT Air untuk meningkatkan *Benevolence, Integrity dan Competence* tidak secara otomatis akan meningkatkan efisiensi pendapatan PT Air. Hasil wawancara memberikan informasi mengenai beberapa faktor yang menyebabkan timbulnya perilaku menunda diantaranya adalah, kendala pada waktu pembayaran di loket akibat adanya gangguan mati lampu, lambat/tidak berfungsinya jaringan internet, sehingga pelanggan pulang kembali dan mengambil keputusan untuk menunda pembayaran. Faktor keterbatasan dana juga akan membuat pelanggan lebih memilih membayar yang lebih prioritas. Pelanggan yang menunggak akan memilih membayar tunggakan 1 bulan saja di loket PPOB. PT Air tidak bisa memaksa loket PPOB untuk meminta pelanggannya membayar seluruh tunggakan karena PPOB berada dibawah pengawasan perusahaan IT mitra kerja. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lita (2009) yang mengemukakan bahwa kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di mediasi Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi Kepuasan Pelanggan. Informasi dari Manajer Keuangan PT Air Manado dengan meningkatkan pelayanan seperti program mendekatkan loket pembayaran rekening ke lokasi pelanggan dengan bekerjasama dengan perusahaan IT telah berhasil meningkatkan pendapatan PT Air Manado sebesar lebih kurang 30% dari pendapatan sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan, akan meningkatkan juga kepuasan pelanggan sehingga efisiensi penagihan meningkat atau loyalitas pelanggan pun meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan tulisan pada Journal Caruana (2002) dan penelitian terdahulu Akbar *et al*, (2009). yang menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan menjadi mediator penting antara persepsi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepercayaan Pelanggan

Hasil analisa menyatakan ada pengaruh langsung dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepercayaan Pelanggan tetapi Kepercayaan Pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Perhitungan gabungan kedua analisa jalur ini menyatakan bahwa ada pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepercayaan tetapi tidak signifikan. Menurut (Oliver 1999) dalam, Kayaga *et al*. (2004) konsep loyalitas dibagi menjadi 2 tahap yaitu: *Attitude Loyalty* dan *Action Loyalty*, Tahap pertama loyalitas yaitu *Attitude Loyalty* adalah timbulnya unsur peduli, komitmen pada perusahaan. Kemudian masuk tahap kedua *Action loyalty* yaitu adanya kemauan dan kesadaran untuk melakukan sesuatu untuk perusahaan. Pada kasus PT Air, tingkat loyalitas pelanggan sudah sampai pada tahap *attitude loyalty* diindikasikan dari hasil angket banyak pelanggan yang setuju dan percaya kepada PT Air dan tidak beralih menggunakan sumur tetapi masih belum sampai pada tahap *Action loyalty*, dengan indikasi masih banyak pelanggan yang menunggak pembayaran rekening. Jadi dapat disimpulkan, walaupun Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan tetapi kepercayaan tersebut tidak menjamin pelanggan untuk rutin membayar rekening tepat waktu.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

Hasil analisa menyatakan bahwa ada pengaruh tetapi tidak signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan tetapi gabungan hasil perhitungan dari pengaruh total dari pengaruh langsung dan tidak langsung? Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, menunjukkan nilai yang signifikan. PT Air dalam hal ini tidak bisa berharap, akan mendapatkan kepercayaan pelanggan secara otomatis dengan meningkatnya kepuasan pelanggan karena adanya peningkatan Kualitas Pelayanan. PT Air tidak perlu menunggu pelanggan puas terlebih dahulu, banyak upaya lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan, seperti melakukan komunikasi yang intensif dengan pelanggan dapat membangun rasa memiliki dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan publik ini.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, tetapi secara bersama sama ketiga variable tersebut berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dimaknai bahwa pembentukan loyalitas pelanggan PT Air Manado, khususnya dalam hal meningkatkan perilaku kesadaran membayar rekening secara rutin dan tepat waktu, akan berhasil apabila upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan dilakukan secara simultan. Sebagai gambaran untuk kedepan, pada era masa kini PT Air tidak dapat hanya bergantung pada cara tradisional untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerjanya. Sebuah inovasi atau pemikiran atau terobosan baru harus sudah dimulai untuk mengantisipasi akibat adanya perubahan kultur masyarakat pada umumnya dan Manado khususnya.

PENUTUP**Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
2. Ada pengaruh tetapi tidak signifikan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
3. Ada pengaruh tetapi tidak signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
4. Ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
5. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
6. Ada pengaruh tetapi tidak signifikan antara Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado
7. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
8. Ada pengaruh tetapi tidak signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepercayaan Pelanggan di PT Air Manado
9. Ada pengaruh tetapi tidak signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan di PT Air Manado
10. Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan mempengaruhi secara simultan dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Air Manado

Saran

Saran penulis, sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya:
 - a. Perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap variable Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan yang lebih spesifik untuk *public utility*.
 - b. Dengan adanya kemajuan teknologi di bidang IT, dimana semua transaksi pembayaran sudah berbasis IT maka perlu dievaluasi kembali apakah dimensi *tangible* dari variable SERVQUAL masih diperlukan atau perlu dimodifikasi. Karena kecenderungan sekarang pelanggan lebih membutuhkan pelayanan koneksi internet yang cepat daripada ruangan yang nyaman dan ber AC.
2. PT Air Manado
 - a. Upaya PT Air untuk meningkatkan pendapatan dengan membangun Loyalitas Pelanggan tidak cukup hanya dengan meningkatkan secara parsial Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan atau Kepercayaan Pelanggan, tetapi ketiganya harus dilakukan bersama secara terpadu.
 - b. *Attitude Loyalty* yang sudah ada ditambah *Willingness to Accept* yang tinggi yaitu pelanggan dapat mengerti dan memaklumi keterbatasan pelayanan PT Air, adalah merupakan awal yang bagus bagi PT Air untuk dilanjutkan menyiapkan program baru agar pelanggannya dapat masuk tahap *Action Loyalty*.
 - c. Perlu dilakukan komunikasi terhadap pelanggan untuk mengetahui apa yang sebetulnya paling penting bagi pelanggan (*proposition value*) dengan beberapa upaya seperti sosialisai pelanggan, survai kepuasan pelanggan, penelitian sederhana sehingga dapat disusun program yang tepat sasaran untuk mengatasi masalah dan memenuhi harapan pelanggan.
 - d. Agar dilakukan evaluasi dan revisi terhadap prosedur pengaduan untuk mengatasi lambatnya penanganan pengaduan pelanggan agar terwujud kepercayaan pelanggan terhadap PT Air Manado.
 - e. Agar disiapkan perubahan kearah 'Model Bisnis Baru' PT Air Manado untuk menyambut era masa depan dimana PT Air harus meninggalkan cara tradisional untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerjanya dan mulai beralih ke pola berpikir baru yang terpadu sehingga menghasilkan perubahan 'pola bisnis, yang akan memicu inovasi atau terobosan baru dalam menyelesaikan masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M., N. Parvez. 2009. Impact of Service Quality, Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29. No. 1. http://www.journal.au.edu/abac_journal/2009/jan09/article02_JanApr2009.pdf. Diakses 10 Maret 2015. Pp. 24 – 38.
- Awaludin, I., Setawan, M. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap, Nilai, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Tangga (Perusahaan Daerah Air Minum Kendari). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 10. No.4. [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=254162&val=6848&title=Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, Nilai, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Tangga \(Perusahaan Daerah Air Minum Kota Kendari\)](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=254162&val=6848&title=Pengaruh%20Kualitas%20Pelayanan%20terhadap%20Kepuasan,%20Nilai,%20Kepercayaan%20dan%20Loyalitas%20Pelanggan%20Rumah%20Tangga%20(Perusahaan%20Daerah%20Air%20Minum%20Kota%20Kendari)). Diakses 10 Maret 2015. Hal. 733 – 740.
- Caruana, A. 2002. Service Loyalty. The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36 (7/8) http://www.ftsm.ukm.my/aishah/paper_pdf_1st_retail/Albert_Service_loyalty_The_effects_of_service_quality_and_the_mediating_role_of_customer_satisfaction.pdf. Diakses 20 Juni 2015. Pp. 811 – 828.
- Colgate, M., K. Stewart, and R. Kinsella. 1996. Customer Defection: a Study of the Student Market in Ireland. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 14 No. 3. http://www.researchgate.net/publication/235316687_Customer_defection_a_study_of_the_student_market_in_Ireland. Diakses 10 Juni 2015. Pp. 23-29.
- Ferdinand, A. 2013, *Metode Penelitian Manajemen*. ed. 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gronroos, C. 1984. A Service Quality Model and Its Marketing Implication, *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 4, http://www.researchgate.net/publication/233522386_A_Service_Quality_Model_and_Its_Marketing_Implications. Diakses 20 Juni 2015. Pp. 36 – 44.
- Kayaga, S., R. Franceys, and K. Sanson. 2004. Bill Payment Behaviour in Urban Water Services: empirical data from Uganda. *Journal of Water Supply: Research and Technology-Aqua*, 53(5), https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-spu/biistream/2134/9700/8/Kayaga_Bill_Payment_behaviour.pdf. Diakses 20 Juni 2015. Pp. 339 – 349.
- Kheng, L. L. 2010. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 2, No. 2. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/viewFile/8110/6148>. Diakses 20 Juni 2015.
- Knight, D. H.M, V.Choudhury,C. Kacmar. 2002. The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a Website: a Trust Building Model. *Journal of Strategy Informatin System*. <https://www.msu.edu/~mcknig26/TrBldgModel.pdf>. Diakses 20 Juni 2015. Hal 297 – 323.
- Kotler, P. and Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. ed. ke 12. .Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. PT Indeks, Jakarta.
- Lita 2009. Pengaruh Kepercayaan pada Komitmen Loyalitas Pelanggan, *Trokonomika* Volume 8, No 2 Desember 2009. ISSN 1411-514X. <http://jurnal.fe.unpas.ac.id/ojs/index.php/trikononika/article/view/74/73>. Diakses 20 Juni 2015. Hal 71 -77.
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D. 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 58. July. <http://sdh.ba.ttu.edu/commitment-trust-JM94.pdf>. Diakses 20 Juni 2015. Pp. 20 – 38.

- Normasari, S., Kumadji, S., Kusumawati, A. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No. 2 <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/286/479> Diakses 10 Maret 2015.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service quality. *Journal of Etailing*, 64 (Spring), <http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/SERVQUAL-%20A%20Multiple-Item%20Scale%20for%20Measuring%20Consumer%20Perceptions%20of%20Service%20Quality.pdf>. Diakses 20 Juni 2015. Pp.12 – 40.
- Putri, L. H., Kumadji, S., Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan pelanggan (Studi pada Monopoli Café and Resto Soekarno Hatta Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 15 No. 2. Oktober 2014. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/640>. Diakses 20 Juni 2015.
- Saidani, B., Arifin, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol 3, No. 1. http://www.jrmsi.com/attachments/article/22/PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_KUALITAS_LAYANAN_TERHADAP_KEPUASAN_KONSUMEN_DAN_MINAT_BELI.pdf. Diakses 20 Juni 2015.
- Sarwar, M. Z., Abbasi, K., S., Pervaiz, S. 2012. The Effect of Customer Trust on Customer Loyalty and Customer Relation: A Moderating Role of Cause Related Marketing. *Global Journal of Management and Business Research*. Vol. 12. Issue 6. Ver 1.0. https://globaljournals.org/GJMBR_Volume12/4-The-Effect-of-Customer-Trust-on-Customer.pdf. Diakses 20 Juni 2015. Pp. 27 – 36.
- Sembiring, I.J., Suharyono, A Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 15. No. 1 <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/607>. Diakses 20 Juni 2015.
- Setiawan, M.B., Ukudi. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PD BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 14. No. 2. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/607>. Diakses 20 Juni 2015. Hal 215 – 227.
- Subroto, FX. A. 2013. Pengaruh Market Orientation terhadap Service Quality, Satisfaction dan Loyalty Pelanggan Toko Buku Gramedia di Jawa Timur, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 1, Maret <file:///C:/Users/Acer/Downloads/18664-22078-4-PB.pdf>. Diakses 20 Juni 2015.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian*. CV Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi, Jogjakarta.