

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu

Josua Enro Tambajong
Johny R.E Tampi,
Joula J. Rogahang,

*Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi*

Email; enrotambayong07@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of Service Quality on J&T Express Bahu Consumer Satisfaction. In this study using a quantitative approach, with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique. Data collection in this study was carried out using a questionnaire. The analysis technique used in this study uses Simple Regression Analysis. Data that meets the requirements for analysis are processed using the SPSS program. From the results of statistical tests, it was found that service quality affects J&T Express Bahu customer satisfaction. So it can be concluded that the Service Quality Variable has a significant effect on the Consumer Satisfaction Variable.*

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan digunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis, diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dari hasil pengujian secara statistik, ditemukan Bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express Bahu. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Persaingan merupakan hal yang sangat terjadi pada dunia bisnis tidak terkecuali pada usaha jasa pengiriman saat ini. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku usaha untuk mampu bersaing dipasar. Pada saat ini ada beberapa usaha Pengiriman yang serupa dengan J&T

khususnya di Manado. Seperti yang banyak di kenal yaitu Sicepat dan JNE yang mempunyai beberapa cabang juga di Manado. Sicepat dan JNE Mempunyai Jasa Pengiriman yang hampir sama seperti J&T hanya saja ada beberapa yang membedakan.

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta

ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya. Dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan Oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Irawan (2005) . Ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu : Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Tanggapan), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati). 5 dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan. Kualitas pelayanan sangat di butuhkan oleh suatu perusahaan dalam menarik konsumen namun apabila pelayanan yang diberikan tidak mampu membuat konsumen puas maka konsumen akan merasa kecewa. Dan apabila jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan maka, konsumen akan merasa bahwa pelayanan yang diberikan sudah sesuai dan memenuhi harapan konsumen. Jika kesan awal yang

diberikan sudah baik maka konsumen akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut tanpa berpikir panjang Tjiptono (2014). Seperti yang dilakukan oleh J&T bahu terhadap kualitas pelayanan mereka karena seperti yang di ketahui J&T memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik dalam melakukan jasa pengiriman baik barang maupun surat berharga lainnya.

Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran (Kotler, 2009). Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan dan pelayanan yang dirasakan (perceived service) Parasuraman, et al. dalam Tjiptono (2010). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Kotler (2010), bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh

perusahaan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan Tjiptono, (2010). Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Anderson, et al., 1994; Anderson, et al., 1997; Edvardsson, et al., 2000).

Keberhasilan suatu jasa Pengiriman dalam mencapai tujuan sangat tergantung pada konsumennya, dalam arti perdagangan memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya akan tercapai tujuannya. Sekarang ini mutu pelayanan telah menjadi perhatian utama dalam dunia persaingan Jasa Pengiriman. Mutu pelayanan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Dan saling berinteraksi menurut pola-pola tertentu, dan masing-masing memiliki karakteristik atau nilai-nilai tertentu dalam menciptakan suasana kerja yang kondusif dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Dan seperti yang diketahui Pasti J&T pasti memiliki beberapa masalah seperti keterlambatan pengiriman barang, salah

alamat dan barang yang rusak atau hilang pada saat pengiriman, dengan beberapa masalah itu pasti akan berdampak terhadap Kepuasan Konsumen J&T lebih khusus J&T Bahu

Perusahaan J&T Express adalah perusahaan jasa yang baru berdiri pada Tahun 2015 ini mampu bersaing dengan Jasa Perusahaan yang serupa walaupun masih baru namun sudah sangat terkenal di mata masyarakat luas termasuk masyarakat Manado J&T Express ini memiliki banyak cabang yang ada kota Manado dan perusahaan J&T Express juga menyediakan pelayanan yang memudahkan konsumen untuk mengirimkan barangnya melalui jasa J&T Express dengan menggunakan aplikasi dimana konsumen yang ingin mengirim barang namun tidak bisa datang langsung untuk mengirimkan barangnya bisa menggunakan aplikasi tersebut yang sudah disediakan oleh J&T Express dan pihak J&T Express akan langsung datang ke lokasi konsumen untuk mengambil barang yang ingin dikirim. Oleh karena itu J&T Express harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menjadi suatu semangat bagi

manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan dan potensi yang mereka milikinya dalam bidang jasa untuk terus dapat menarik minat konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa atau dirugikan, dan sekaligus dapat mempertahankan konsumennya. Hal ini dapat menunjang peningkatan perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen dengan apa yang diharapkan konsumen.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu”.

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu 1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu? ?

Berdasarkan rumusan masalah yang ditemukan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut 1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Kotler (2010) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian dan teori ini dapat diketahui bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk yang diberikan kepada konsumen tersebut. Artinya, mutu atau kualitas merupakan salah

satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2007) terdapat lima indikator utama yang disusun sebagai berikut:

1. Keandalan (Reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat.

2. Daya Tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka.

3. Jaminan (Assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

4. Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan.

5. Bukti Fisik (Tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan

konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, Kotler (2008) mengemukakan kepuasan Konsumen berkaitan dengan perasaan pelanggan setelah membeli barang atau jasa. Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Kotler mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya.

Menurut Khuong & Uyen (2014) mengatakan ada 4 indikator kepuasan konsumen, yaitu:

1. Perceived Service Quality. Pengalaman dan persepsi dari kinerja actual langsung mempengaruhi evaluasi konsumen dari kualitas layanan yang diberikan secara keseluruhan.

2. Employee Service Factors / Faktor Kerja Karyawan. Faktor kerja karyawan dalam

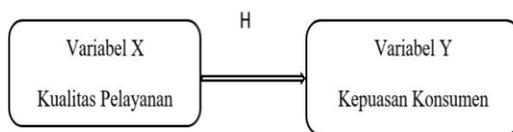
industri jasa pengiriman dibagi menjadi dua sektor: karyawan di lapangan dan dan di kantor.

3. Image of brand / Brand Image. Untuk Konsumen yang menggunakan Jasa Pengiriman, berdasarkan nama merek dapat memilih brand yang ingin digunakan. Melalui merek,

4. Timelines / Ketepatan Waktu. Kecepatan dan ketepatan waktu dari layanan merupakan hal yang paling berpengaruh terhadap kualitas layanan sendiri dan juga bagi kepuasan konsumen.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen J&T Express Bahu.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif Deskriptif yakni mengumpulkan, menyusun, mengolah serta menganalisis data dalam

bentuk yakni angka yang dalam praktiknya diberikan perlakuan tertentu yang diteliti didalamnya. Menurut Sugiyono (2010) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian bertempat di J&T Express Bahu. Adapun waktu untuk melakukan pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berjangkan 3 bulan, yakni pada bulan November – Januari 2022, Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen J&T Express Bahu Dan Penentuan sampel penelitian sebesar 100 orang Konsumen. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah Teknik analisis Regresi Linear Sederhana merupakan penelitian yang mencari jawaban arah dan kuatnya hubungan antara variabel bebas ke variabel terikat secara bersama-sama. Analisis korelasi Sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel. Dengan Menggunakan Metode (1); Uji

Regresi linier Sederhana, Dan Uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah (1); Uji Koefisien Determinasi, (2) Uji t Parsial.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Variabel Kualitas Pelayanan dengan 10 Pertanyaan, dengan masing-masing nilai r Hitung 1.(0,806), 2.(0,878), 3.(0,864) , 4. (0,874), 5.(0,860), 6.(0,860) 7.(0,863), 8.(0,879), 9.(0,807), 10.(0,870).

Variabel Kepuasan Konsumen dengan 8 Pertanyaan, dengan masing-masing hasil r Hitung, 1.(0,894), 2.(0,901), 3.(0,850) , 4. (0.818), 5.(0,727), 6.(0.894), 7.(0,901). 8.(850)

Dari semua Hasil Uji dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner semua dinyatakan valid, dengan R tabel 0,197 karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

hasil Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan , 0.958 dan Cronbach's Alpha variabel Kepuasan Konsumen adalah 0,944. Dari hasil ini, kedua variabel penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, sehingga kedua variabel ini dapat dinyatakan reliabel.

Koefisien korelasi Sederhana

Tabel Hasil Uji Korelasi Sederhana

| | | Total_X Kualitas pelayanan | Total_Y Kepuasan Konsumen Pembelian |
|--------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------------------------------|
| Total_X | Pearson Correlation | 1 | .931** |
| Kualitas Pelayanan | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 100 | 100 |
| Total_Y | Pearson Correlation | .931** | 1 |
| Kepuasan Konsumen | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Konsumen (Y) nilai signifikannya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable kualitas Pelayanan dan variable Kepuasan Konsumen. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa koefisien korelasi adalah sebesar 0,931 dengan tingkat keeratannya sangat kuat.

Regresi Linier Sederhana

Tabel Hasil Uji Regresi linier Sederhana

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|----------------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | 11.684 | 1.764 | 6.624 | .000 |
| | KualitasPelayanan | .539 | .042 | .789 | .000 |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen
Hasil: Olah Data Menggunakan SPSS. (2023)

Berdasarkan tabel di atas,

$$Y = 11.684 + 0,539 X$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan m besarnya

nilai X merupakan regresinya yang diestimasi sebagai berikut:

1) Nilai konstanta (β_0) sebesar 11.684 artinya apabila variabel bebas kualitas pelayanan (X) dalam keadaan konstanta atau (0), maka nilai kepuasan Konsumen (Y) nilainya sebesar 11.684. Artinya kualitas pelayanan tidak ada, Konsumen tidak akan puas.

2) Koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,539 artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan Konsumen (Y) akan naik sebesar 0,539 artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik, maka Konsumen J&T Express tidak akan puas. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka Konsumen J&T Express akan puas.

Koefisien Determinasi

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,789 ^a | ,622 | ,618 | 3,65492 |

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan_Total
Hasil: Olah Data Menggunakan SPSS. (2023)

Dari tabel diatas, , terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,622 menunjukkan bahwa besar persentase variasi Kepuasan Konsumen yang bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel Kualitas Pelayanan

adalah sebesar 62,2%, sedangkan sisanya sebesar 37,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lainya di luar penelitian ini.

Uji T Parsial

Tabel hasil Uji T

Berdasarkan hasil Uji t di atas , dapat

| Model | Coefficients ^a | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 11,684 | 1,764 | 6,624 | ,000 |
| | KualitasPelayanan_Total | ,539 | ,042 | ,789 | ,000 |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen_Total
Hasil: Olah Data Menggunakan SPSS. (2023)

diketahui nilai signifikasi sebesar 0.000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikasi. Jika signifikasi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu diterima.

Pembahasan

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan

adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

Penelitian ini sejalan dengan Penelitian Nelwan, (2016) Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri atas variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti Fisik Terhadap kepuasan nasabah,

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Rumansara (2015) dimana Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan konsumen,

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Utami (2014) dimana Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan konsumen,

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah: Kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap kepuasan Konsumen J&T Express Bahu.

Referensi

- Diandra G. Nelwan, William. A. Areros, Johny R. E. Tampi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank RakyatNegera Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Manado
- Gahensya Keloay, Wehelmina Rumawas, Sandra Asoloie. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu Dabu Iris Fresh Wenang Manado
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program

- IBM SPSS 19*, Semarang : Badan Penertbit Universitas Diponegoro
- Johanes A. Rumansara, Montolalu J, Harry J. Sumampouw. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT Daya Adicipta K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, (Edisi Ketigabelas). Jakarta: Erlangga.
- Khuong, M. N. & Uyen, L. M. 2014. The Factors Affecting Vietnam Airlines Service Quality and Passenger Satisfaction – A mediations analysis of service quality. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. (Vol. 5: 327-333).
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management*, (Edisi Milenium, International Edition). New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler dan Armstrong. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Sembilan. Jilid Ke-3. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Sinaga N. Utami, Harry Sumampouw, Dantje Keles. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Britama Study Kasus Pada PT. Bri (Persero) Tbk, Cabang Manado Pinaensaan
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Metho)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.