

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DAN TANGGAPAN MASYARAKAT AKAN PERAN TEKNOLOGI**

(Studi Empiris pada TransJogja)

Reza Okto Kurnia., Fauziah, S.E., M.Si.

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl.Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183 Telp. (0274)
387656

E-mail: rezaokto81@gmail.com, fauziah_ummy@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to analyze how far the direct relationship between the quality of TransJogja services can affect the satisfaction of customers who use their services. Therefore, the subject of this study is TransJogja users who have often used transportation services and are considered to have known well how the current TransJogja services are and what they expect to improve. In addition, it also provides recommendation to TransJogja to develop technology so that it can keep up with current developments and competition.

The results of this study are expected to provide answers to the TransJogja fleet to be able to improve their quality and can change people's perceptions to be able to switch to the use of public transportation so as to reduce the use of private vehicles that cause congestion in the city of Yogyakarta.

Keywords: Information Technology, Service Quality, Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

TransJogja merupakan salah satu gagasan yang dikemukakan oleh Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta bersama dengan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menanggulangi tingkat kemacetan di kota yang terkenal akan julukan Kota Pelajar mengikuti penerapan program *Bus Rapid Transit* yang dirancang oleh Departemen Perhubungan Republik Indonesia yang juga diterapkan di berbagai kota-kota besar lainnya seperti Jakarta, Semarang, dan lain sebagainya.

Armada TransJogja mulai beroperasi sejak tahun 2008 dengan kepengurusan awalnya ditangani oleh dua perusahaan yaitu PT. Jogja Tugu Trans dan PT. Anindya Mitra Internasional. PT. Jogja Tugu Trans yang merupakan perusahaan konsorsium dari lima koperasi pengelola Transportasi umum Kota dan Pedesaan di Yogyakarta yaitu: Koperasi Pemuda Sleman, KOPATA, ASPADA, PUSKOPKAR, dan DAMRI. Akan tetapi pada 2017 pengelolaan TransJogja sepenuhnya dipegang oleh PT. Anindya Mitra Internasional.

Armada ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan kemacetan di Kota Yogyakarta dengan cara mengubah pola pikir masyarakat Yogyakarta dari penggunaan kendaraan pribadi kepada penggunaan kendaraan umum guna mengurangi jumlah kendaraan di Kota Yogyakarta. Akan tetapi sejak dioperasikannya pada 2008, armada TransJogja belum dapat menunjukkan kontribusi yang berarti dalam menangani masalah kemacetan ini. Bahkan jumlah pengguna TransJogja mengalami penurunan dari tahun ke tahun dan kemacetan di Kota Yogyakarta semakin parah.

Sebuah penyedia jasa khususnya penyedia jasa yang bergerak pada bidang transportasi umum haruslah dapat memberikan kenyamanan kepada pelanggannya. Karena kenyamanan ini akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna jasa tersebut dan akan mempengaruhi penggunaan kembali oleh pelanggan tersebut. Untuk mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, sebuah penyedia jasa harus dapat memberikan kualitas layanan yang baik guna mempermudah pelanggan dalam menggunakan layanan tersebut sehingga pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan hal ini dikarenakan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dan saling berhubungan satu sama lain. Semakin bagus sebuah kualitas layanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Begitu juga dengan sebaliknya, semakin buruk sebuah kualitas layanan, maka akan semakin rendah pula tingkat kepuasan pelanggan.

Kemudian di jaman digital sekarang ini, sudah bermunculan penyedia jasa transportasi umum yang mengandalkan penggunaan teknologi dalam operasionalnya. Sebut saja seperti Go-Jek dan GRAB yang pengoperasionalan layanan mereka sudah sangat mengandalkan teknologi. Penggunaan teknologi pada kedua perusahaan ini mempermudah pelanggan dalam menggunakan layanan mereka sehingga kualitas pelayanan Go-Jek dan GRAB dikatakan baik yang juga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan mereka. Oleh karena itu TransJogja dinilai juga dapat menerapkan teknologi dalam operasional mereka untuk memperbaiki atau

meningkatkan kualitas layanan mereka agar lebih baik lagi dan juga diharapkan tingkat kepuasan pelanggan mereka juga akan meningkat dengan adanya penerapan teknologi ini.

B. KERANGKA TEORI

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen (pelanggan) adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya (Kotler, 2009). Sedangkan menurut Supriyanto kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen akan rasa kenikmatan atau kekecewaan terhadap nilai evaluasi ketidakesesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan (Supriyanto, 2002). Kepuasan konsumen menjadi dasar atas loyalitas dari seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan semakin memungkinkan pelanggan tersebut akan kembali dan terus menggunakan produk atau jasa tersebut. Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui pemasaran (Siregar, 2004). Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada ulangan pembelian atau penggunaan kembali pada pelanggan (Caruana, 2002).

2. Kualitas Layanan

Faktor utama dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah Kualitas Pelayanan, Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai terhadap pelanggannya agar mereka puas terhadap jasa yang mereka dapatkan dan mereka mau menjadi pelanggan setia perusahaan tersebut. Oleh karena itu Kualitas Pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas Layanan memberikan nilai tersendiri di mata pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat antara pengguna jasa dan perusahaan (Arif Wibowo, 2014). Kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan suatu produk atau jasa dalam pemenuhan harapan. Kualitas Layanan (*service quality*) berfokus kepada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk sebuah perusahaan penyedia jasa, kepuasan pelanggan menjadi aspek yang sangat penting karena dapat menentukan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Tjiptono, 2012).

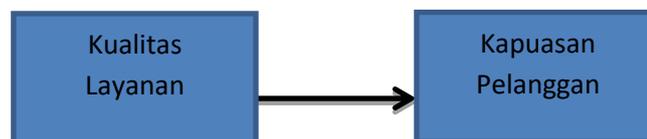
3. Teknologi

Teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, dimana produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada (Miarso, 2007). Dari penjelasan tersebut,

teknologi merupakan peningkatan nilai dari suatu produk agar lebih bermanfaat tanpa memisahkan produk tersebut dengan produk lamanya. Perkembangan Teknologi yang sangat pesat dewasa ini memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis. Tujuan dari teknologi adalah menyelesaikan masalah, menumbuhkan kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi didalam melaksanakan suatu pekerjaan. Menurut Mc. Farlan (1983); Rockart (1998) dalam Nur Indriantoro (2000); dan Syam (1999), Penggunaan teknologi dalam suatu perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat digunakan sebagai strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing. Selanjutnya, Downing (1993); Trisnawati (1998); Syam (1999) juga menyebutkan bahwa saat ini Teknologi khususnya TI sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan terutama dalam menjalankan aspek organisasi.

C. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat di lihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen (Arif Wibowo, 2014). Kepuasan pelanggan tergantung dari apa yang dirasakan atau didapatkan pelanggan ketika menggunakan jasa tersebut. Dari pengertian kepuasan pelanggan sebelumnya sudah dijelaskan bahwa kepuasan berasal dari harapan pelanggan akan pelayanan yang akan diterima ketika mereka menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, untuk dapat memenuhi harapan pelanggan tersebut sebuah penyedia jasa harus mempunyai kualitas layanan yang baik. Harapan yang dapat dipenuhi oleh sebuah penyedia jasa akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan akan layanan tersebut. Semakin bagusnya kualitas layanan pada penyedia jasa untuk memenuhi keinginan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

D. METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah Armada Bus TransJogja di Yogyakarta. Sedangkan Subjek pada penelitian ini adalah para pengguna TransJogja baik itu wisatawan, mahasiswa atau pelajar yang tidak mempunyai kendaraan, dan

masyarakat umum yang sudah mengenal dengan baik pelayanan TransJogja. Jenis data penelitian ini adalah data primer dengan data yang diperoleh sebanyak 158 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan penyebaran kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, dengan kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah masyarakat umum yang sudah sering menggunakan layanan TransJogja dan sudah mengenal dengan baik pelayanan TransJogja, Mahasiswa atau pelajar yang tidak memiliki kendaraan, ataupun turis yang sedang berkunjung di kota Yogyakarta. Uji kualitas instrumen penelitian menggunakan bantuan aplikasi SPSS,

E. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan berbagai analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda pada aplikasi SPSS menunjukkan hasil-hasil sebagai berikut:

d. Terdapat pengaruh diantara Kualitas Layanan dengan Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Layanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima. Artinya indikator-indikator kualitas layanan yaitu Wujud, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan TransJogja. Hasil dari penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hatane Samuel dan Nadya Wijaya (2009). Dalam penelitiannya dikatakan bahwa kualitas layanan dan nilai yang diberikan akan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan. Selain itu, kepuasan konsumen juga akan dapat menimbulkan loyalitas konsumen itu sendiri.

e. Tanggapan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan TransJogja yang sudah ada

Berdasarkan indikator pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan TransJogja sudah tergolong tinggi. Semua pertanyaan yang merujuk pada wujud fisik TransJogja (*Tangible*) sudah berada pada kategori tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL1, KL2, KL3, KL4, KL5 dan KL6. Artinya pelanggan menilai bahwa kebersihan dan kelengkapan halte dan bus TransJogja sudah baik. Kemudian pertanyaan yang merujuk kepada kehandalan karyawan TransJogja (*Reliability*) juga sudah berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL12, KL14, KL16, dan KL17. Artinya pelanggan menilai bahwa karyawan TransJogja dapat diandalkan dalam pelayanannya. Lalu pertanyaan yang merujuk kepada ketanggapan karyawan TransJogja (*Responsivness*) berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL8, KL10, KL11, dan KL19. Artinya karyawan TransJogja

memiliki ketanggapan yang baik dimata pelanggan. Kemudian pertanyaan yang merujuk kepada jaminan TransJogja (*Assurance*) juga berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL13, KL15, dan KL18. Artinya pelanggan percaya bahwa TransJogja dapat memberikan jaminan terhadap keselamatan dan ketepatan waktu dalam pelayanannya. Dan yang terakhir pertanyaan yang merujuk kepada empati karyawan TransJogja (*Emphaty*) juga sudah berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL7 dan KL9. Artinya menurut pelanggan karyawan TransJogja mempunyai empati yang tinggi terhadap pelanggan.

Berdasarkan indikator pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa tingkat kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan TransJogja sudah tergolong tinggi. Semua pertanyaan yang merujuk pada wujud fisik TransJogja (*Tangible*) sudah berada pada kategori tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL1, KL2, KL3, KL4, KL5 dan KL6. Artinya pelanggan menilai bahwa kebersihan dan kelengkapan halte dan bus TransJogja sudah baik. Kemudian pertanyaan yang merujuk kepada kehandalan karyawan TransJogja (*Reliabelity*) juga sudah berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL12, KL14, KL16, dan KL17. Artinya pelanggan menilai bahwa karyawan TransJogja dapat diandalkan dalam pelayanannya. Lalu pertanyaan yang merujuk kepada ketanggapan karyawan TransJogja (*Responsivines*) berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL8, KL10, KL11, dan KL19. Artinya karyawan TransJogja memiliki ketanggapan yang baik dimata pelanggan. Kemudian pertanyaan yang merujuk kepada jaminan TransJogja (*Assurance*) juga berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL13, KL15, dan KL18. Artinya pelanggan percaya bahwa TransJogja dapat memberikan jaminan terhadap keselamatan dan ketepatan waktu dalam pelayanannya. Dan yang terakhir pertanyaan yang merujuk kepada empati karyawan TransJogja (*Emphaty*) juga sudah berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KL7 dan KL9. Artinya menurut pelanggan karyawan TransJogja mempunyai empati yang tinggi terhadap pelanggan.

Kemudian pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua indikator kepuasan pelanggan sudah tergolong tinggi. Kepuasan pelanggan dipengaruhi kepada layanan yang diterima oleh pelanggan, tinggi rendahnya sebuah pelayanan yang diberikan sebuah penyedia jasa maka akan mempengaruhi juga nilai kepuasan pelanggan yang didapatkan oleh seorang pelanggan. Semua pertanyaan yang merujuk pada wujud fisik TransJogja (*Tangible*) sudah berada pada kategori tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KP1, KP2, KP3, KP4, KP5 dan KP6. Artinya pelanggan merasa puas akan kebersihan dan kelengkapan halte dan bus TransJogja yang sudah ada. Kemudian pertanyaan yang merujuk

kepada kehandalan karyawan TransJogja (*Reliability*) juga sudah berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KP12, KP14, KP16, dan KP17. Artinya pelanggan merasa puas akan kehandalan karyawan TransJogja dalam pelayanannya selama ini. Lalu pertanyaan yang merujuk kepada ketanggapan karyawan TransJogja (*Responsivness*) berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KP8, KP10, KP11, dan KP19. Artinya pelanggan merasa puas akan ketanggapan karyawan TransJogja dalam menangani permasalahan pelanggan selama ini. Kemudian pertanyaan yang merujuk kepada jaminan TransJogja (*Assurance*) juga berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KP13, KP15, dan KP18. Artinya jaminan akan keselamatan dan ketepatan waktu yang diberikan oleh TransJogja selama ini sudah memenuhi harapan pelanggan. Dan yang terakhir pertanyaan yang merujuk kepada empati karyawan TransJogja (*Emphaty*) juga sudah berada pada kategori yang tinggi seperti yang ditunjukkan pada item pertanyaan KP7 dan KP9. Artinya empati yang diberikan karyawan TransJogja sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

f. Tanggapan pengguna TransJogja akan peran teknologi jika dikembangkan

Dari tabel 4.9 dan 4.10 menunjukkan bahwa TransJogja sebagai penyedia jasa sudah sangat baik dalam pelayanannya sehingga tingkat kepuasan pelanggan juga ikut membaik. Akan tetapi kategori kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang masih berada pada kategori tinggi ini masih dapat ditingkatkan menjadi sangat tinggi. Melihat dari perkembangan bisnis yang sudah mulai beralih kepada penggunaan teknologi dalam perbaikan kualitas pelayanan mereka menjadi TransJogja perlu untuk mempertimbangkan dalam pengembangan teknologi.

Berdasarkan indikator teknologi pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa indikator teknologi dikategorikan tinggi. Rata rata jawaban tertinggi ada pada item pertanyaan T12 sebesar 4,33 atau dikategorikan sangat tinggi. Item pertanyaan ini menjelaskan bahwa menurut pelanggan TransJogja teknologi perlu untuk dikembangkan agar mempermudah pelanggan dalam menggunakan layanannya. Kemudian pada item pertanyaan T13 menunjukkan bahwa pengguna TransJogja sudah terbiasa akan penggunaan teknologi sehari-hari. Dari kedua item pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa penerimaan teknologi bagi pengguna TransJogja menunjukkan respon yang positif. Kemanfaatan teknologi yang diharapkan oleh pengguna TransJogja adalah ketika penyedia jasa dapat memberikan berbagai macam informasi yang dapat membantu pelanggan dalam menggunakan jasa TransJogja sehari-hari seperti yang dijelaskan pada item pertanyaan T1, T2, T3, T4, dan T5 dimana kemanfaatan seperti informasi mengenai jalur bus TransJogja, informasi mengenai halte TransJogja terdekat, dan juga memberikan

informasi terbaru mengenai TransJogja menjadi penting bagi pelanggan lama TransJogja. Selain itu informasi mengenai penggunaan TransJogja akan mengurangi kebingungan bagi pelanggan TransJogja yang baru mencoba menggunakan layanan TransJogja. Selain kemanfaatan, kemudahan juga menjadi penilaian bagi pengguna untuk menentukan kelayakan dari teknologi tersebut. Seperti yang dijelaskan pada item pertanyaan T6, T7, T8, T9, T10, dan T11 menunjukkan bahwa dengan adanya teknologi pelanggan dapat dengan mudah menentukan waktu perjalanan, mengetahui bus yang tepat sesuai tujuan dan dapat mengetahui dengan jelas mengenai pelayanan TransJogja sehingga pelanggan dapat tenang dengan waktu perjalanan dan jalur perjalanan yang diambil. Berdasarkan tabel 4.11 pada item pertanyaan T12 yang dikategorikan sangat tinggi menunjukkan bahwa pengguna TransJogja menyambut baik penerapan teknologi dalam pelayanan TransJogja dan juga pada item pertanyaan T13 menunjukkan bahwa pengguna TransJogja kebanyakan sudah terbiasa dalam penggunaan teknologi sehari-hari.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dari hasil uji penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan tergantung bagaimana layanan sebuah jasa dapat diterima oleh pelanggan yang menggunakan layanan tersebut. Semakin baik sebuah layanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan itu. (2) Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,802, angka tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 80,2% sedangkan sisanya 19,8% dipengaruhi oleh model lain diluar model penelitian ini. (3) Tanggapan masyarakat terhadap nilai kualitas layanan TransJogja selama ini sudah tergolong tinggi. Tanggapan akan kualitas layanan yang telah ada tersebut juga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan TransJogja selama ini. Oleh sebab itu, nilai kepuasan pelanggan TransJogja pada penelitian ini juga tergolong tinggi. (4) Menurut masyarakat penggunaan teknologi perlu untuk dikembangkan melihat dari respon masyarakat yang baik akan penciptaan teknologi bagi TransJogja yang dapat memberikan kemanfaatan dan kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan layanan TransJogja.

2. Saran

saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

3. Bagi penyedia layanan TransJogja yaitu PT. Anindya Mitra Internasional,
 - d. Kualitas layanan TransJogja sudah tergolong tinggi oleh karena itu kualitas layanan ini sangat perlu untuk dipertahankan agar pelanggan akan kembali untuk menggunakan layanan tersebut. Walaupun semua aspek seperti kondisi bus dan halte, kelengkapan bus dan halte, keramahan petugas, dan ketanggapan petugas sudah pada kategori tinggi, kualitas ini masih dapat

- ditingkatkan lagi agar lebih baik dari sebelumnya terutama dalam hal pelayanan kepada pelanggan.
- e. Kepuasan pelanggan TransJogja juga sudah dikategorikan tinggi dikarenakan layanan yang di dapatkan oleh pelanggan sudah dinilai tinggi juga. Akan tetapi kepuasan pelanggan ini dapat ditingkatkan kembali dengan meningkatkan kualitas layanan penyedia jasa agar juga meningkatkan kepuasan pelanggan jasa tersebut.
 - f. Dalam penelitian ini teknologi berada dalam kategori yang tinggi. Oleh karena itu teknologi bisa dijadikan sebagai faktor yang mendukung peningkatkan kualitas layanan TransJogja agar sesuai dengan harapan pelanggan dan perlu diadakan sosialisasi kepada pengguna layanan TransJogja untuk mengurangi kebingungan pelanggan dalam penggunaan layanan teknologi tersebut.
4. Bagi penelitian selanjutnya, literasi penelitian sebelumnya perlu ditambahkan untuk memperkuat dasar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Wibowo, M. (April 2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus TransJogja Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 11, Nomor 2*, 68.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Jurnal of Marketing*, 36.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Miarso. (2007). *Menyemai benih teknologi pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Semuel, H., & Wijaya, N. (April 2009). Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, VOL. 4, No. 1*, 23-37.
- Siregar, S. (2004). Analisis Kepuasan Para Anggota Terhadap Program Loyalitas Astraworld. *Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*.
- Supriyanto, H. (2002). *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa dan Pelayanan Taksi. Studi Kasus Pada Koperasi Angkutan Taksi Sadewa di Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.