

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT SPECTRUM LINTAS SERVICE DI
KOTA BATAM**

¹Syaifullah

¹Universitas Putera Batam

Jl. Letjen R Soeprapto Muka Kuning, Batam 29433, Kepri
syaifullah2929@gmail.com

ABSTRACT

This Research aims to determine empirically the direct effect and simultaneous effect of variables trust, communication and customer loyalty. This research involved 83 customer of the PT Spectrum Lintas Service Batam as research sample. Based on the research results of reliability and validity testing showed that all the statements in each variable reliable and valid. Data were analyzed by using multiple regression analysis with statistical software, SPSS 20. The results of this research are : confidence positive and significant impact on customer loyalty, communication positive and significant impact on customer loyalty and trust and communication together positive and significant impact on customer loyalty. The trust have positive impact and significant on the customer loyalty with coefficient of 0,371. The communication have positive impact and significant on the customer loyalty with coefficient of 0,221. The trust and communication have positive impact and significant of the customer loyalty with coefficient of 1,597.

Keywords: *trust, communication, customer loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh langsung dan pengaruh simultan dari variabel kepercayaan, komunikasi dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini melibatkan 83 pelanggan PT Spectrum Lintas Service Batam sebagai sampel penelitian. Berdasarkan hasil penelitian reliabilitas dan uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam setiap variabel reliabel dan valid. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan perangkat lunak statistik, SPSS 20. Hasil dari penelitian ini adalah: kepercayaan positif dan signifikan berdampak pada loyalitas pelanggan, komunikasi positif dan signifikan berdampak pada loyalitas pelanggan dan kepercayaan dan komunikasi bersama-sama berdampak positif dan signifikan terhadap pelanggan loyalitas. Kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien 0,371. Komunikasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien 0,221. Kepercayaan dan komunikasi memiliki dampak positif dan signifikan dari loyalitas pelanggan dengan koefisien 1.597.

Kata Kunci : kepercayaan, komunikasi, loyalitas pelanggan

Pendahuluan

Menghadapi suatu persaingan yang harus dihadapi. Persaingan yang dikarenakan dengan kondisi ekonomi yang tidak menentu menyebabkan para pelaku ekonomi harus bisa menunjukkan jati dirinya. Demikian halnya dengan para pelaku ekonomi yang bergerak dibidang jasa.

Kepercayaan dan komunikasi mampu memperdayakan kekuatan keinginan pelanggan dengan tekanan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Cakupannya meliputi tuntutan manajemen mutu terpadu secara global untuk menghadapi kebutuhan bisnis pelanggan dengan lebih agresif. Strategi bisnis difokuskan pada kelanggengan dan pemuasan pelanggan serta bekerja untuk mengantisipasi kebutuhan serta penyesuaian hasil produk.

Salah satu indikator yang cukup handal untuk kelangsungan hidup dan keuntungan dari suatu proses bisnis adalah kelanjutan dari kepuasan pelanggan. Diperkirakan untuk menarik satu pelanggan baru diperlukan biaya mulai dari lima sampai lima belas kali, dibandingkan dengan menjaga hubungan dengan satu pelanggan lama.

PT. Spectrum Lintas Service adalah anak perusahaan dari Snepac Group yang bergerak di bidang jasa marine salvage dan pekerjaan bawah air. PT. Spectrum Lintas Service berdiri sejak tahun 2012 yang telah mendapat izin usaha jasa salvage dan pekerjaan bawah air dari Direktur Jenderal Perhubungan Laut. Sebagai anak perusahaan dari PT. Snepac Sipping, kami selalu mengikuti prosedur standar pekerjaan dari perusahaan group yang telah mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2008.

Perusahaan harus menetapkan, mendokumentasikan, menerapkan, memelihara sistem manajemen mutu dan terus-menerus meningkatkan efektivitas sesuai dengan persyaratan ISO 9001:2008 persyaratan.

Perusahaan harus:

- a. Mengidentifikasi proses, yang diperlukan untuk sistem manajemen mutu dan aplikasinya di seluruh organisasi.
- b. Tentukan urutan dan interaksi proses-proses ini.
- c. Menentukan kriteria dan metode yang diperlukan untuk memastikan bahwa baik operasi dan pengendalian proses- proses ini efektif.
- d. Memastikan ketersediaan sumber daya dan informasi yang diperlukan untuk mendukung operasi dan pemantauan proses-proses ini.
- e. Memantau, mengukur dan menganalisis proses tersebut.
- f. Melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang direncanakan dan perbaikan berkesinambungan dari proses-proses tersebut.

Proses ini harus dikelola oleh Perusahaan sesuai dengan persyaratan ISO9001: 2008 Standard. PT. Spectrum Lintas Service sudah mendapatkan sertifikat dari ABS (*American Bureau Service*) Class pada tahun 2015 dengan melalui audit dari system manajemen dan *Quality Manual System* (QMS). Sertifikat ini di gunakan jika ada pelanggan yang akan melakukan survey atau pekerjaan bawah laut dengan persyaratan kapal tersebut terdaftar di ABS Class khususnya *In Water Survey*.

Salah satu hal yang paling menantang yang harus dihadapi dalam bisnis adalah menangani para pelanggan yang sulit dan tidak pernah merasa puas, dan di dalam perjalanan mereka selalu mengubah permainan disaat hubungan terjalin (antara pelanggan dengan jasa atau perusahaan di belakangnya). Biasanya ini dikarenakan kurangnya kepercayaan dan komunikasi yang terjalin antara pelanggan dan pihak perusahaan.

PT. Spectrum Lintas Service dioperasikan oleh penyelam-penyelam yang berpengalaman yang memiliki

sertifikasi internasional seperti dari Australian Diver Accreditation Scheme (ADAS) yang diakui oleh IMCA (International Marine Contractor Association) dan Association of Diving Contractor (ADC) dengan catatan safety yang memuaskan.

Misi dari PT. Spectrum Lintas Service adalah menjadi pemimpin global di bidang pekerjaan marine salvage dan pekerjaan bawah air.

Jasa-jasa kami adalah:

Marine Salvage:

- a. Re-floating Vessel/Barge (Jasa Pengapungan Kapal/Tongkang)
- b. Wreck Removal (Pemindahan Bangkai Kapal/Tongkang yang tenggelam atau kandas)

Pekerjaan bawah air :

- a. *Video/Photograph inspection* (Pengambilan Video)
- b. *CCTV Inspection* (Pengambilan Gambar)
- c. *Cutting* (Pemotongan Bawah Air).
- d. *Welding* (Pengelasan Bawah Air)
- d. *Bottom Hull Cleaning* (Pembersihan Bottom Plate Kapal)
- e. *Propeller Polishing* (Pembersihan Baling-Baling)
- f. *Bathymetric survey* (Survey Lokasi)
- g. *Diving services*
- h. *Fender installation*

Semua peralatan ukur yang dapat mempengaruhi kualitas layanan inspeksi diidentifikasi dan dipelihara dalam daftar induk oleh Pengawas. Peralatan pengukuran dikalibrasi dan disesuaikan pada interval yang ditentukan, atau sebelum digunakan, terhadap peralatan bersertifikat memiliki hubungan yang valid dikenal secara internasional atau nasional yang diakui standar, atau dokumen kalibrasi di-rumah di mana tidak ada standar seperti itu ada. peralatan pengukuran dikalibrasi. Secara teratur oleh lembaga kalibrasi disetujui atau oleh

personil di-rumah terlatih. catatan kalibrasi untuk peralatan ukur ditinjau dan dipelihara.

Project Manager dan atau *Quality Control* Departemen bertanggung jawab untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan melalui prosedur terdokumentasi. Faktor ketidakpuasan harus diidentifikasi dan rencana aksi membangun untuk perbaikan guna mempertahankan pelanggan.

Diperlukan strategi untuk menghadapi tipe orang yang sulit supaya bisnis bisa terus berlanjut. Sales atau tenaga pemasaran perlu belajar untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dan menjalin komunikasi yang baik terhadap pelanggan guna membina kerjasama yang baik antara pelanggan dan perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Menurunnya tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan
- b. Kurangnya komunikasi yang baik antara pelanggan dan perusahaan
- c. Karena kurangnya kepercayaan dan komunikasi terhadap perusahaan, mengakibatkan terjadinya penurunan pelanggan

1.3 Pembatasan Masalah

Melihat identifikasi masalah di atas dan disesuaikan maka perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut : kepercayaan dan komunikasi dalam penelitian ini dibatasi pada loyalitas pelanggan.

1.4 Perumusan Masalah

- 1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service di Kota Batam secara parsial ?
- 2. Apakah komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service di Kota Batam secara parsial ?
- 3. Apakah kepercayaan dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service di Kota Batam

secara simultan ?

1.5 Tujuan Penelitian

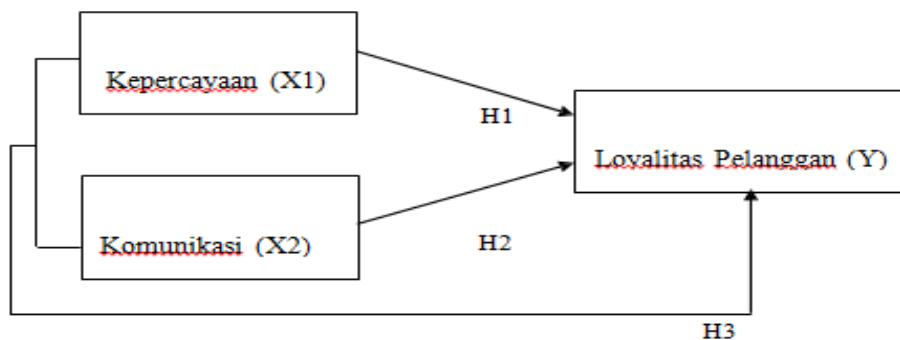
1. Untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari komunikasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui dari kepercayaan, komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service di Kota Batam

KAJIAN PUSTAKA

Kepercayaan diartikan sebagai "Kesediaan (willingness) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang memiliki tujuan yang sama (Moorman et al., dalam Ndubisi, 2007). Schurr dan Ozanne dalam Ndubisi (2007) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan bahwa janji yang ditawarkan oleh suatu pihak dapat diandalkan dan percaya bahwa pihak tersebut akan memenuhi kewajibannya.

Komunikasi merupakan alat perekat hubungan antara perusahaan

dengan pelanggannya, sehingga komunikasi mempunyai peran vital dalam membina hubungan. Perusahaan yang orientasinya berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta berusaha mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan sangat membutuhkan peran komunikasi. Kelangsungan hubungan tergantung pada cara berkomunikasi. Keberhasilan sebuah komunikasi dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain kejelasan ide yang ingin disampaikan, kesamaan persepsi antara pengirim dan penerima informasi, tidak adanya distorsi, dan saluran komunikasi yang tepat. Proses komunikasi juga mempengaruhi kesuksesan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Menurut Utami (2006, p140), loyalitas pelanggan mempunyai komitmen akan berbelanja barang-barang kebutuhan dan akan mengabaikan aktivitas pesaing yang mencoba untuk menarik pelanggan. Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan adalah sesuatu yang terbentuk dari berbagai tahapan pembelajaran yang didapat oleh pelanggan dalam pertukaran yang terjadi antara pelanggan dan penyedia produk atau jasa.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
 Sumber : Peneliti (2016)

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti dapat memberikan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service kota Batam

H2: Ada pengaruh yang signifikan

antara komunikasi dan loyalitas pelanggan pada PT. Spectrum Lintas Service kota Batam

H3 : Ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan komunikasi terhadap loyalitas pelanggan pada PT.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji Validitas
 pengujian instrument pengumpulan data berupa uji validitas dengan menggunakan pengujian validitas yang paling umum yaitu penggunaan karena *person product moment*

Uji Reabilitas

Data dikatakan reliable apabila $r > r_{\alpha}$ positif $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ $df=(\alpha, n-2)$. Berikut rumus yang digunakan untuk menguji reabilitas instrument, dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*

Uji Normalitas

Pengujian yang dapat menunjukkan data normal yang diperoleh apabila nilai signifikasinya adalah $> 0,05$ untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui menggunakan grafik normal plot. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell shaped curve* (Wibowo, 2012: 69).

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2012:135). Dalam penelitian ini

terdapat 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Keduanya variabel bebas adalah kepemimpinan dan kompensasi. Variabel terikat adalah prestasi kerja.persamaan regresi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Rumus 3 Regresi Linear Berganda

Dimana:

Y = Variabel terikat A

= Nilai Koefisien $b_{1,2}$

= Nilai Koefisien

X1 = Variabel bebas pertama

X2 = Variabel bebas kedua

Koefisien determinasi (R²) sering pula disebut pula dengan koefisien determinasi majemuk (multiple coefficient of determination) yang hampir sama dengan koefisien R. Menurut (Wibowo, 2012: 69).

Uji Multikolinearitas

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk dari gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation factor* (VIF).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian.

PEMBAHASAN

Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	Kriteria
1	Kepercayaan	0,818	Realiabel	Sangat Tinggi
2	Komunikasi	0,777	Realiabel	Tinggi
3	Loyalitas Pelanggan	0,706	Realiabel	Tinggi

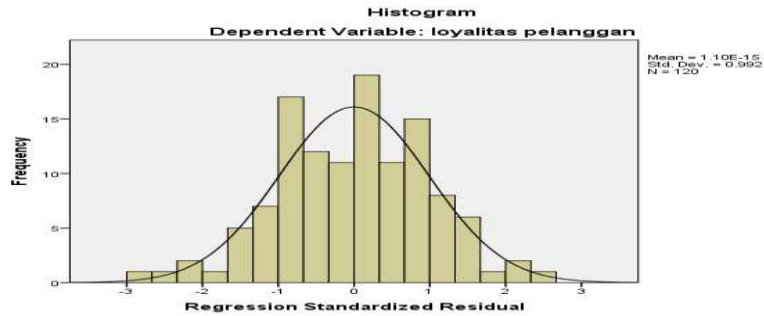
Maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini sudah realibel karena *alpha cronbach*

masing-masing variabel lebih besar dari 0,60.

Hasil Uji Normalitas

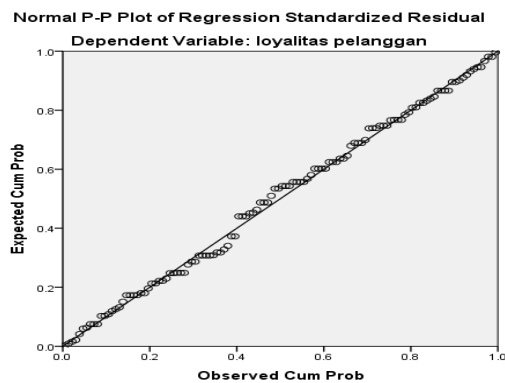
Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa kurva yang dihasilkan adalah berbentuk lonceng (*bell-shaped curve*).

Maka dapat disimpulkan bahwa data sudah berdistribusi normal.



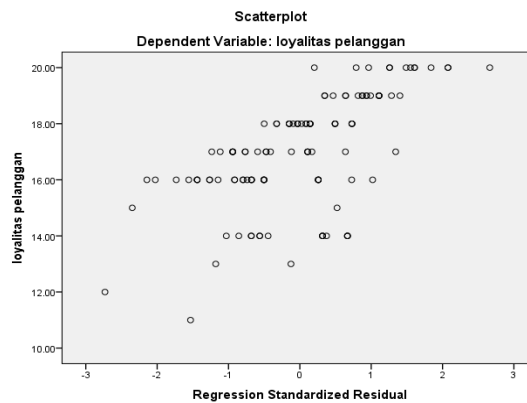
Data dikatakan berdistribusi normal apabila keberadaan titik-titik berada disekitar garis. Berdasarkan grafik normal

P-P Plot terlihat titik-titik mengikuti garis diagonal mengidentifikasi model regresi memenuhi asumsi normalitas



Data dalam penelitian menunjukkan titik-titik pada Scatter plot Nampak

menyebarkan sehingga dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.



		Standardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.99156103
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.050
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.562
Asymp. Sig. (2-tailed)		.910

Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Menganalisa nilai Kolmogorov-Smirnov diatas maka bisa di ambil kesimpulan bahwa, data memiliki tingkat distribusi

normal karena nilai Kolmogorov-Smirnov memiliki tingkat signifikansi 0,910 > 0,05.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 kepercayaan	.567	1.764
1 komunikasi	.567	1.764

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan (Y)
Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai VIF dari masing-masing variabel yaitu Kepercayaan, Komunikasi sebesar 1,764 < 10, dan

nilai toleransi 0,567 > 0,1 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.406E-015	.990		.000	1.000
1 kepercayaan	.000	.049	.000	.000	1.000
1 komunikasi	.000	.070	.000	.000	1.000

Suatu model dikatakan tidak mengalami gejala Heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikan lebih dari 0,05. Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikan untuk

masing-masing variabel adalah sebesar 1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	4.204	.990		4.247	.000
1 kepercayaan	.371	.049	.588	7.537	.000
1 komunikasi	.221	.070	.246	3.151	.002

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel 4.28 hasil pengujian dengan program SPSS 20, 2016 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,204 + 0,371X1 + 0,221X2$$

Y = Loyalitas Paryawan
 X1 = Kepercayaan
 X2 = Komunikasi

Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Sumarry

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.589	1.26376

a. Predictors: (Constant), total_X2, total_X1
 b. Dependent Variable: total_Y

Dari tabel diatas terlihat bahwa angka R square sebesar 0,596 atau 59,6% ini berarti bahwa variabel Y (Loyalitas pelanggan) dipengaruhi oleh variabel X1 (Kepercayaan) dan X2

(Komunikasi) dalam model regresi sebesar 59,6%, sedangkan sisanya sebanyak 40,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.204	.990		4.247	.000
1 kepercayaan	.371	.049	.588	7.537	.000
komunikasi	.221	.070	.246	3.151	.002

a. Pengujian hipotesis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa thitung > ttabel yaitu 7,537 > 1.980 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian Ha diterima dan Ho ditolak, maka hipotesis penelitian kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

pelanggan, diterima (H1 diterima).
 b. Pengujian hipotesis pengaruh komunikasi terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil perhitungan di atas, menunjukkan bahwa thitung > ttabel, yaitu sebesar 3,151 > 1,980 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian komunikasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, diterima (H2 diterima)

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	276.067	2	138.033	86.429	.000 ^b
Residual	186.858	117	1.597		

Total	462.925	119			
-------	---------	-----	--	--	--

Berdasarkan hasil pengujian, nilai f-hitung $86,429 > 3,074$ (f-tabel), dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan kepercayaan dan komunikasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima.

Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $> t$ tabel atau $7,537 > 1.980$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lintas Service di kota Batam.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung $> t$ -tabel atau $3,151 > 1,980$ dan nilai signifikan $0.002 < 0.05$. Maka H_0 ditolak H_a diterima.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan dari kepercayaan dan komunikasi secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada PT Spectrum Lintas Service di kota Batam. Hal ini dapat dilihat dari nilai uji F diperoleh nilai atau $86,429 > 3074$, dan nilai signifikan $0.000 < 0,05$, Yang berarti H_0 ditolak H_a diterima.

Daftar Pustaka

Akbar, Mohammad Muzahidand Noorjahan Parvez.(2009).Impact of Service

Sari, S. R. T. (2013). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Hartono Elektronika Surabaya.1-6.

Sivesan, S. (2012).Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors. *SAJMMR*. 2 (3).179-181.

Sudarmayanti. (2007). *Manajemen Sumber daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Cetakan ke lima. Refika Aditama. Bandung

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Alfabeta: Bandung

Sunur, Robertus Rianto. (2010). Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Loyalitas Karyawan

_____. (2011). *Statistika untuk Penelitian*: Alfabeta Bandung.

_____. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*.Cetakan ke Enambelas.Alfabeta.Bandung

Kurniasari, Nina dan Nina Ernawati. (2012). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Laundry Kencling Semarang. *Q-MAN.I* (3). 57-68.

Ndubisi, Nelsen Oly. (2007). “Relationship Marketing and Customer Loyalty” *.Journal of Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 25, No. 1, pp. 98-106.

dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening di PT. Tatamulia Nusantara Indah. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol 13: 2021-1869

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Prasetyo, Widiyanto Bangun. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi).1-13.

Tjiptono, Fandy. Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Andi. Yogyakarta

Wibowo, Agung Edy. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Gava Media: Yogyakarta.