

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMAKAIAN ULANG JASA
SERVICE PADA BENGKEL TOYOTA AUTO 2000 DENPASAR**

Oleh

Made Bagus Rangga Bhuwana¹

Ida Bgs Sudiksa. SE. MM²

Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

e-mail: ragga_bhuwana@yahoo.com/ telp: 081 999 757 141

ABSTRAK

Masyarakat melakukan aktivitas di perkotaan menyebabkan kurangnya ketersediaan waktu untuk melakukan perawatan mobilnya. Hal tersebut menjadikan peluang bagi perusahaan yang bergerak dibidang perbengkelan, dan salah satunya adalah Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap niat pemakaian ulang jasa *service* pada Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, diketahui bahwa variabel kualitas jasa memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan, dan taraf signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dan nilai beta sebesar 0,564. Kualitas jasa juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap niat pemakaian ulang, dengan taraf signifikansi $0,000 (\leq 0,05)$ dan nilai beta sebesar 0,764. Hasil analisis tersebut, diketahui menjadikan pula kualitas jasa berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat pemakaian ulang melalui kepuasan pelanggan, dengan taraf signifikansi $0,000 (\leq 0,05)$ dan nilai beta sebesar 0,182. Variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap niat pemakaian ulang jasa pebengkelan pada Bengkel Toyota Auto 2000. Hal ini dapat dilihat dari *standardized coefficient β* Kepuasan pelanggan (0,764) lebih dari *standardized coefficient β* kualitas jasa (0,303). Sehingga, pihak manajemen sebaiknya lebih memperhatikan kepuasan konsumen namun tidak terlepas dari kualitas jasa, karena kedua variabel tersebut saling berkaitan.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, pemakaian ulang jasa *service*.

ABSTRACT

The density of people in the city of Denpasar activity causing the lack of availability of time to maintain and repair the car. This is an opportunity for companies engaged in the overhaul, one of which is the 2000 Toyota Auto Repair Denpasar. The research was conducted with a view to determine the effect of direct and indirect effects of variable quality services and customer satisfaction on the intention to reuse services service on Toyota Auto Repair 2000 Denpasar. Based on the analytical results obtained, it is known that the variable quality of the services have a significant positive impact on customer satisfaction, as seen from the value of significance level of $0.000 \leq 0.05$ and beta value of 0.564. Service quality has a significant positive effect on the intention of reuse, as seen from the value of significance level of $0.000 \leq 0.05$ and beta value of 0.764. From the analysis, it is known also affect the quality of services indirectly to reuse intention through customer satisfaction, as seen from the value of significance level of $0.000 \leq 0.05$ and beta value of 0.182. Variables customer satisfaction is the most dominant variable affecting the intention re pemaian services Toyota Auto Repair service in 2000. It can be seen from the standardized Beta coefficient Customer satisfaction (.764) is greater than the quality of services standardized Beta coefficient (0.303). To that end, the management should be more ware for customer satisfaction, but can not be separated from the quality of the service, because the two variables are interrelated.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, service reuse services.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Lokasi yang berjauhan antara pusat kota dengan permukiman menyebabkan alat transportasi sangat dibutuhkan untuk mendukung mobilitas masyarakat. Seiring dengan meningkatnya mobilitas manusia, kebutuhan akan sarana transportasi semakin meningkat. Di Indonesia dan di Bali khususnya beraneka ragam jenis mobil ditawarkan dengan variasi harga yang beragam. Penambahan kendaraan tidak hanya datang dari pembelian orang Bali di *showroom* yang berada di Bali saja. Beragam jenis dan merek kendaraan khususnya mobil yang dapat ditemukan di Denpasar. Merek mobil yang digemari masyarakat di Denpasar adalah merek Toyota.

Hampir setiap hari masyarakat mobil menggunakan mobilnya untuk bekerja dan beraktivitas. Namun sebagian besar dari mereka tidak sempat meluangkan sedikit waktu untuk merawat mobilnya. Hal inilah yang menjadikan peluang bisnis yang menjanjikan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perbengkelan. Peranan manajemen dalam memasarkan jasa perusahaan juga sangat mempengaruhi meningkatnya penjualan jasa perusahaan.

Kualitas menurut ISO 9000 adalah “*degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirement*” (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inherent dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib. Jadi,

kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan dan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut dapat memenuhi kebutuhannya (Rambat Lupiyoadi dan Hamdani A., 2008).

Kualitas jasa merupakan hal yang penting diperhatikan dan selalu diperbaiki kekurangannya, untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Jasa yang berkualitas, maka hal tersebut dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali jasa yang tersebut.

Niat untuk menggunakan kembali barang atau jasa merupakan cerminan bahwa jasa yang ditawarkan perusahaan berkualitas sehingga pelanggan merasa puas. Menurut Schiffman dan Kanuk(2007), pembelian atau penggunaan ulang biasanya menandakan bahwa produk tersebut memenuhi persetujuan pelanggan dan pelanggan bersedia memakainya kembali.

Perusahaan yang juga mengedepankan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan adalah Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar. Upaya yang dilakukan oleh Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar dalam meningkatkan kualitas jasa dan kepuasan konsumen misalnya menggunakan teknologi mutakhir dalam memberikan jasa *service*, menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang nyaman, melayani dengan ramah dan penuh perhatian, memberi jaminan terhadap jasa perbengkelan yang digunakan oleh pelanggan.

Melihat fenomena tersebut, maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas jasa dan kepuasan pelanggan terhadap niat pemakaian ulang jasa perbengkelan pada Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pengertian Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang dihasilkan tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan yang dihadapi konsumen.

Pengertian kualitas jasa

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expect service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expect service*) maka, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Niat Pemakaian Ulang (*Repurchase Intention*)

Pemakaian ulang adalah tindakan pasca pembelian atau penggunaan yang disebabkan oleh adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan atas produk yang telah dibeli atau dikonsumsi sebelumnya. Hellier(2003) dalam Ariasih(2010), menjelaskan niat pemakaian ulang (*RI*) didefinisikan sebagai seberapa jauh keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk terkait dengan tingkat konsumsi sama atau lebih dari sebelumnya.

Hubungan Antara Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

Secara empiris, hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan seperti dinyatakan dalam studi yang dilakukan oleh Nazamudin(2009), bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa ,makin baik kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan, maka makin tinggi pula kepuasan yang mereka rasakan.

Hubungan Antara Variabel Kualitas Layanan dan Niat Pemakaian Ulang

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aini (dalam Ariasih (2010)), menjelaskan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan membuat pelanggan merasa yakin bahwa perusahaan telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya.

Hubungan Variabel Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Pemakaian Ulang.

Pendapat Schiffman dan Kanuk, menyatakan bahwa pembelian atau penggunaan ulang biasanya menandakan bahwa produk tersebut telah memenuhi persetujuan pelanggan dan bahwa pelanggan bersedia memakainya kembali. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Savidas Eugene dan Jamie L Baker-Prewitt dalam Surya Prasetya Wiguna (2008), mengungkapkan bahwa kualitas layanan berhubungan positif terhadap kepuasan, loyalitas, dan serta perilaku pembelian pelanggan.

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan niat pemakaian ulang jasa perbengkelan pada Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

Identifikasi Variabel

Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan niat pemakaian ulang.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**Variabel bebas (*independent variable*)**

Variabel bebas adalah kualitas layanan (X). Kualitas layanan (X) merupakan totalitas *figure* dan karakteristik dari jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar yang terlihat atau dirasakan dari kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan para pengguna jasa.

Variabel moderator

Kepuasan pelanggan (Y) adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang dialami seorang pengguna jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar sebagai hasil perbandingan kinerja produk yang dipersepsikan dengan harapannya.

Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel dependen adalah niat pemakaian ulang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pemakaian ulang jasa atau membeli kembali *sparepart* di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

Jenis Data

Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bengkel-bengkel resmi Toyota di Bali, gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data penjualan mobil di Kota Denpasar, data rata-rata pengunjung perbengkelan perhari di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

Jenis data berdasarkan sumber primer

Kuesioner atau langsung dengan menggunakan metode wawancara baik dengan dengan pengunjung yang datang maupun pihak manajemen Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

Gambaran umum perusahaan, data pelanggan, hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memperkuat hipotesis penelitian dan teori-teori yang relevan.

Responden Penelitian**Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah, pelanggan layanan jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

Sampel

Jumlah sampel yang diteliti disesuaikan dengan variabel penelitian. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 27 variabel, oleh karena itu ukuran sampel yang layak digunakan berkisar antara 135 sampai 270 sampel. Pada penelitian ini maka digunakan sampel sebanyak 150 sampel.

Metode penentuan sampel

Kriteria yang digunakan untuk memilih responden berdasarkan pada ketentuan sebagai berikut.

- 1) Responden yang telah menggunakan layanan jasa perbengkelan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar 2 kali atau lebih.
- 2) Responden yang pengguna jasa perbengkelan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar adalah yang berumur 16 – 60 tahun.
- 3) Responden merupakan pengguna langsung dan bukan suruhan.

Metode Pengumpulan Data

Mempelajari catatan dan dokumen perusahaan yang memuat data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, mengadakan tanya jawab secara langsung dengan manajemen perusahaan untuk memperoleh data yang lebih akurat dan lengkap, memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden dalam kuisisioner mengenai variabel penelitian.

Instrumen penelitian

Meminta kepada responden untuk menulis sendiri jawaban atau pertanyaan penelitian yang termuat dalam kuesioner (daftar pertanyaan penelitian tertulis atau angket) yang diberikan langsung kepada responden.

Teknik Analisis Data

Analisis jalur merupakan salah satu pilihan dalam rangka mempelajari ketergantungan sejumlah variabel di dalam model. Analisis ini merupakan metode yang baik untuk menerangkan terdapat seperangkat data besar untuk dianalisis dan mencari hubungan kausalitasnya.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Karakteristik Demografi Responden

Responden, sebagian besar berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 116 responden sedangkan responden wanita sebanyak 34 responden. Responden terbanyak berasal dari pria sebanyak 77 persen dan wanita sebanyak 23 persen. Jumlah responden terbanyak berasal dari kelompok umur 26 – 33 tahun sebanyak 39 persen. Pendidikan terakhir responden Sarjana sebanyak 68 persen, Dan 29,3 persen responden bekerja sebagai karyawan swasta. Responden yang memperoleh

pendapatan antara Rp.2000.001-Rp.4000.000 mendominasi yaitu sebanyak 50,6 persen.

Analisis Jalur

Pendugaan parameter dilakukan dengan analisis regresi melalui *software* SPSS. Hasil dari analisis substruktur persamaan dapat disajikan sebagai berikut.

(1) Pengujian Hipotesis Pertama.

Substruktural 1

$$Y = 4,704 + 0,564X$$

Nilai signifikansi kualitas jasa pada penelitian ini adalah sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai signifikansi kualitas jasa (X) $\leq 0,05$, berarti bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar. Nilai beta yang telah distandardisasikan adalah sebesar 0,564. Hal ini berarti pengaruh langsung kualitas jasa pada kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar sebesar 56,4 persen.

(2) Pengujian Hipotesis Kedua dan Ketiga

Substruktural 2

$$Y = -0,265 + 0,764X + 0,182Y$$

Nilai signifikansi kualitas jasa pada persamaan kedua adalah sebesar 0,000. ($\leq 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan pada niat pemakaian ulang jasa *service* di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar. Nilai beta yang telah distandardisasikan adalah sebesar 0,764 atau 76,4 persen.

Nilai signifikansi kepuasan pelanggan pada persamaan kedua adalah sebesar 0,000. ($\leq 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan pada niat pemakaian ulang jasa perbengkelan di Bengkel

Toyota Auto 2000 Denpasar. Besarnya nilai beta yang telah distandardisasikan adalah 0,182. Hal ini berarti pengaruh langsung kepuasan pelanggan pada niat pemakaian ulang jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar sebesar 18,2 persen.

Pengaruh tidak langsung X ke Z melalui Y

Nilai sebesar 0,103 tersebut memiliki arti bahwa pengaruh tidak langsung kualitas jasa pada niat pemakaian ulang jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar melalui kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,103 atau sebesar 10,3 persen. Pengaruh total (*total effect*) sebesar 0,867 berarti bahwa besarnya pengaruh total dari kualitas jasa dan kepuasan pelanggan pada niat pemakaian ulang jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar sebesar 86,7 persen. Secara operasional berarti bahwa apabila peningkatan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan dipadukan akan memberikan pengaruh secara simultan terhadap peningkatan niat pemakaian ulang jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar.

Varian variabel yang tidak diteliti dalam model (e_1 dan e_2) dihitung menggunakan formula (3) maka dapat hasil perhitungan nilai *error* yang pertama (e_1) sebesar 0,829, berarti bahwa jumlah varian variabel kualitas jasa yang tidak diteliti dalam model dan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar adalah sebesar 82,9 persen. Nilai pengaruh *error* yang kedua sebesar 0,477 berarti bahwa jumlah varian variabel niat pemakaian ulang yang tidak diteliti dalam model sebesar 47,7 persen.

Langkah keempat

Langkah keempat dalam analisis jalur adalah melakukan pemeriksaan terhadap validitas model. Indikator untuk pemeriksaan validitas model, yaitu koefisien determinasi total dan *theory trimming* yang hasilnya sebesar 0,843 atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data sebesar 84,3 persen dapat dijelaskan oleh model.

(a) *Theory Trimming*

Sebuah model menghasilkan bentuk hubungan yang valid dengan nilai *level of significant* (sig) $< 0,05$. *Level of significant* (sig) masing-masing variabel.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa seluruh jalur yang dibangun dalam model konstruk sebelumnya dinyatakan valid dan sah.

Langkah kelima

Langkah dalam analisis jalur ini adalah melakukan interpretasi terhadap hasil penelitian.

(a) Pembahasan hipotesis pertama

Perbandingan antara taraf signifikansi (sig) penelitian dengan probabilitas $\leq 0,05$ dengan hasil perhitungan taraf signifikansi yaitu sebesar 0,000 ($< 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa pada kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas jasa memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,564 atau 56,4 persen sedangkan 43,6 persen dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil studi ini mengkonfirmasi hasil studi Suprpti, yang menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan antecedent bagi kepuasan pelanggan. Secara lebih operasional, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan palanggannya dalam menggunakan jasa perbengkelan bengkel tersebut

(b) Pembahasan Hipotesis Kedua

Perbandingan antara taraf signifikansi (sig) penelitian dengan probabilitas $\leq 0,05$ dengan hasil perhitungan taraf signifikansi yaitu sebesar 0,000 ($< 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa terhadap niat pemakaian ulang. Dengan kata lain, kualitas jasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pemakaian ulang jasa perbengkelan sebesar 0,764 atau 76,4 persen, sedangkan 23,6 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model. Hasil studi ini mengkonfirmasi hasil studi Suprpti, dkk (2007) yang menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh pada niat pemakaian ulang pelanggannya. Secara lebih operasional, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa perbengkelan di Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pemakaian ulang jasa perbengkelan tersebut.

(c) Pembahasan hipotesis ketiga

Perbandingan antara taraf signifikansi (sig) penelitian dengan probabilitas $< 0,05$ dengan hasil perhitungan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung kalitas jasa terhadap niat pemakaian ulang melalui kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, kualitas jasa memiliki pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap niat pemakaian ulang melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,182 atau 18,2 persen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- 1) Kualitas jasa yang ditawarkan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh positif ini didukung dengan hasil perhitungan dimana nilai koefisien determinasi sebesar 0,564. Artinya bahwa makin baik kualitas jasa yang diberikan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar, maka makin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan.
- 2) Kualitas jasa yang ditawarkan Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pemakaian ulang jasa perbengkelan tersebut. Pengaruh positif ini didukung dengan hasil perhitungan dimana nilai koefisien determinasi sebesar 0,764.
- 3) Variabel kepuasan pelanggan menjadi penghubung yang positif antara variabel kualitas jasa terhadap niat pemakaian ulang. Hal ini ditunjukkan dari koefisien pengaruh variabel kualitas jasa terhadap niat pemakaian ulang menunjukkan angka yang positif sebesar 18,2 persen.

Saran

- 1) Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa yang telah dilaksanakan
- 2) Pengelolaan kualitas jasa harus ditingkatkan dengan beberapa cara yaitu memberi pelatihan pada karyawan dan mekanik agar dapat menyelesaikan tugasnya tepat waktu, memberi tanggapan yang cepat pada keluhan

pelanggan dan memastikan fasilitas fisik berfungsi dengan baik, memahami kebutuhan pelanggan dan menerapkan pelayanan dari hati.

- 3) Pelanggan yang mendapatkan kepuasan pada saat proses jasa ditawarkan cenderung akan memberikan respon positif, seperti melakukan pemakaian ulang jasa dikemudian hari dan merekomendasikan jasa kepada orang lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. 2010. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Mekanisme Pengujian*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana
- Arif Wibowo. 2006. Pengantar Analisis Jalur (Path Alalysis). Lembaga Penelitian Universitas Airlangga Surabaya
- E. Catur Rismiati & Ig. Bondan Suratno. 2005. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius
- Emy Rusmawati. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Balidana Niaga. *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Fandy Tjiptono. 2007. *Bauran Pemasaran Jasa* . Jawa Timur: Bayu Media
- Jogiyanto, Muhammad dan Willy Abdillah. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2007. *Principles of Marketing*. Eleventh Edition. New Jersey Singapore: Pearson Prentice Hall
- Lovelock, C and J. Wright. 2007. *Service Marketing : People, Technology strategi*. Sixth edition. Singapore: Prentice Hall
- Nur Achmad. 2009. Analisis Simultan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Grapari Telkomsel di Surakarta. *Skripsi* Fakultas Ekonomi UGM Yogyakarta.

- Rambat Lopiyoadi dan Hamdani A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Solimun. 2005. *Structural Equation Model*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala
- Sri Hadiati. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Widnyana Malang. *Jurnal Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah. Skripsi*. Universitas Gajayana. Malang. Kompak No 8, Mei – Agustus
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta