

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. ELTEHA CARGO PEKANBARU

Oleh:

Faradina Liviesta

Email: liviestaf@yahoo.com

Dosen Pembimbing: Endang Sutrisna

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu, Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5
Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This study aims to determine the quality of service to customer loyalty at PT. ELTEHA Cargo Pekanbaru. Quality of Service as a Variable (X), and Customer Loyalty as a variable (Y).

Method in this research is quantitative with SPSS program, where sample used is consumer of Elteha Cargo counted 100 respondents. The amount can already represent the population. Data collection techniques through questionnaires, and interviews.

The result of this research conclude that service quality variable has significant influence to Customer Loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

A. PENDAHULUAN

Pada umumnya setiap perusahaan yang didirikan bertujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan semaksimal mungkin dengan mempergunakan berbagai sumber-sumber ekonomi yang dimiliki. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, perusahaan atau badan usaha akan menempuh berbagai macam cara, antara lain meningkatkan volume penjualan, memperluas pemasaran dan saluran distribusi, meningkatkan pelayanan dan promosi, serta meminimumkan biaya operasinya.

Salah satu bidang usaha yang dijalankan oleh perusahaan adalah bergerak di bidang usaha jasa. Baik berupa jasa transportasi, *tours and travels*, jasa kesehatan, jasa penginapan, dan jasa pengiriman barang. Keberhasilan perusahaan jasa pengiriman barang sangat ditentukan oleh tingkat pelayanan dan ketepatan waktu yang dijadwalkan perusahaan. Disamping itu faktor lain yang turut mempengaruhi adalah tarif yang ditetapkan perusahaan dan tingkat persaingan di pasar. Apabila hal ini tidak dicermati pihak perusahaan, maka para konsumen akan menjauh dan

berpaling pada perusahaan lain yang sejenis, dan akhirnya hal ini akan menghambat kemajuan usaha perusahaan, karena sumber pendapatan utama dari perusahaan jasa ini adalah berupa imbalan jasa yang diberikan oleh para konsumen.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan dan pengiriman barang di kota Pekanbaru sampai saat ini antara lain ESL Express, TIKI, Indah Cargo, JNE, J&T, DHL, Pos Indonesia dan lain sebagainya. Melihat kenyataan tersebut, tentunya terjadi persaingan antara perusahaan yang melaksanakan kegiatan usaha yang sama, terutama usaha untuk memperebutkan para pengguna jasa angkutan dan pengiriman barang.

Selama ini, dalam menjalankan kegiatan usaha pokoknya PT. Elteha Cargo Pekanbaru telah melayani pengiriman barang untuk kota-kota besar di seluruh Indonesia tidak terkecuali untuk daerah-daerah yang dilewati dengan rute. Pengiriman tersebut dimulai dari paket-paket berukuran kecil sampai ke paket berukuran besar.

Pada umumnya pengiriman barang tersebut menggunakan sarana angkutan udara, karena pesawat udara masih merupakan sarana angkutan yang paling cepat saat ini. Hal ini berlaku untuk kota-kota yang mempunyai sarana lapangan udara, sedangkan untuk kota-kota lainnya yang tidak dapat dijangkau dengan angkutan udara akan diteruskan oleh kantor-kantor cabang ke tempat tujuan dengan menggunakan angkutan darat dan laut.

Perbaikan dalam kualitas pelayanan yang tepat dapat menjadi strategi utama untuk mendapatkan loyalitas konsumen, sebab *loyalitas pelanggan sangat diharapkan perusahaan*.

Pemaparan diatas menghasilkan fenomena yaitu PT. Elteha cargo

Pekanbaru dapat bertahan meskipun ada 7 (tujuh) perusahaan jasa pengiriman yang berada di Kota Pekanbaru. Meskipun dari tabel 1.2 ada penurunan jumlah konsumen dan pendapatan dari tahun 2013 ke tahun 2017.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Elteha Cargo Pekanbaru”.

B. RUMUSAN MASALAH

Pada umumnya, tujuan dari setiap perusahaan adalah memperoleh laba secara maksimal serta berusaha meningkatkan volume penjualannya demi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, begitu pula dengan PT. Elteha Cargo Pekanbaru, yang selalu berusaha meningkatkan volume penjualannya. Penggunaan dan pelaksanaan strategi secara efektif dan efisien merupakan salah satu langkah agar perusahaan dapat mencapai tujuannya dan bisa terus bertahan diantara perusahaan-perusahaan lainnya. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Elteha Cargo Pekanbaru?”.

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di kemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan pada PT. Elteha Cargo Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis loyalitas pelanggan pada PT. Elteha Cargo Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan PT. Elteha Cargo Pekanbaru.

2. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap masalah ini. Beberapa pihak yang dapat mengambil manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat akademik

Sebagai bahan sumber data yang dapat dipertanggungjawabkan dan berguna sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya.

1. Memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan ilmu khususnya terkait dengan upaya mengetahui kualitas pelayanan dari perusahaan jasa pengiriman.
2. Memberikan sumbangan pemikiran dan ilmu pengetahuan bagi almamater sebagai rasa terima kasih yang tidak ternilai.

b. Manfaat praktis

1. Sebagai bahan informasi dan evaluasi bagi kualitas pelayanan perusahaan jasa pengiriman di Kota Pekanbaru.
2. Khusus bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pola pikir serta menerapkan berbagai kajian teoritis yang didapat dibangku perkuliahan kedalam bentuk penelitian lapangan.

D. KERANGKA TEORI

1. Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*), sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Berikut ini beberapa diantaranya: Jasa yaitu segala aktivitas atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu

pihak yang secara esensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun (**Kotler dan Armstrong, 2003:8**).

2. Kualitas Pelayanan

Menurut **Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005)**, kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut **Tjiptono (2001)**, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas berarti kemampuan perusahaan memposisikan produknya di benak pelanggan, dimana perusahaan menganggap pelanggan sebagai mitranya, dengan cara memantapkan keyakinan pelanggan, selalu berinteraksi, bila perlu mengembangkan, demi kemajuan bersama (**Kartajaya, 1999**).

E. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Kerena sifatnya yang sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul. Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_a : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Elteha Cargo Pekanbaru.

H_0 : Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Elteha Cargo Pekanbaru.

F. METODE PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pernyataan sejauh mana data yang di tampung pada suatu kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur dan digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar kuisisioner dalam mengidentifikasi suatu variabel. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari *corrected item-total correlation* masing-masing pertanyaan. Suatu pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung $> r$ tabel. Maka item pertanyaan tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan susunan dalam suatu bentuk kuesioner.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Eltheha Cargo Pekanbaru yang beralamatkan di Jl. Teratai Atas No. 264 Pekanbaru. Alasan peneliti melakukan penelitian disini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan pengiriman barang ini.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

a. Data primer

Data yang diperoleh langsung melalui kuisisioner langsung dengan sumber, yaitu tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Eltheha Cargo Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dalam bentuk yang telah jadi dari perusahaan yang meliputi:

1. Sejarah singkat berdirinya perusahaan.
2. Data jumlah konsumen PT. Eltheha Cargo Pekanbaru.

4. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan PT. Eltheha Cargo Pekanbaru dan peneliti mengambil jumlah konsumen pada tahun 2017 sebagai sampel dalam penelitian tersebut. Jumlah konsumen pada tahun 2017 adalah sebanyak 450.440 konsumen. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin yang menjadi sampel adalah 100 pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan teknis *accidental sampling* yaitu teknik pengukuran berdasarkan secara kebetulan bertemu dengan peneliti.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{450.440}{1 + 450.440 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{450.440}{1 + 450.440 (0,01)}$$

$$n = \frac{450.440}{1 + 4.504.40}$$

$$n = \frac{450.440}{4.505}$$

$$n = 99,98$$

$$n = 100$$

Dimana

n : ukuran saampel
 N : ukuran populasi
 e : persentase kelonggaran ketidak telitian karena pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi.

5. Teknik Pengumpulan Data

Cara mengumpulkan data serta keterangan yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. *Quesioner* (angket)
 Yaitu pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah di tetapkan sebagai sampel.
- b. *Interview* (wawancara)
 Yaitu peneliti melakukan hal tannya jawab (wawancara) dengan manajer(*manager*) untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan yang ingin diteliti penulis pada PT. Elteha Cargo Pekanbaru.

6. Analisis Data

Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistik. Dalam penelitian analisis kuantitatif dengan perhitungan statistik dicari dengan program SPSS.

- a. Analisis regresi linier sederhana
 Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional adapun kasual suatu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :(Sugiyono, 2007).

$$Y = a + bX$$

Dimana :
 Y = variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan
 a = konstanta

b = koefisien regresi
 X = variabel bebas yaitu kualitas pelayanan Dengan nilai:

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)(\Sigma XY)}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

(Sugiyono, 2007)

- b. Uji koefisien determinasi (R²)
 Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terkait. Koefisien determinasi (R²) mempunyai *range* antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R² (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R²) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus :

$$(R^2) = \frac{b(n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y))}{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}$$

(Husein Umar,2011)

- c. Uji t
 Uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan keberan hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (loyalitas). Adapun rumus hipotesis statistiknya adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Hunein Umar,2011:132)

H_a : t_{hitung} > t_{tabel}
 H₀ : t_{tabel} > t_{hitung}

Dimana:

H_a: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Eltha Cargo Pekanbaru.

H₀: Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Eltha Cargo Pekanbaru.

G. HASIL PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.413	1.383		4.636	.000
1 Kualitas Pelayanan	.471	.039	.776	12.183	.000

Sumber : Olahan Peneliti, 2017

Keterangan:

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = a + bx$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 6,413. Artinya adalah apabila kualitas pelayanan diasumsikan nol (0), maka loyalitas pelanggan sebesar 6,413.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,471. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,471 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terkait. Koefisien determinasi (R²) mempunyai *range* antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R² (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R²) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus :

$$(R^2) = \frac{b(n\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

(Husein Umar,2011)

Adapun hasil dari uji koefisien

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.598	1.38803

Sumber : Olahan Peneliti, 2017

Keterangan:

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel diatas menunjukkan bahwa diperoleh nilai R Square sebesar 0,602. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 60,2%. Sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

3. Uji t

Uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan keberan hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (loyalitas).

Adapun rumus hipotesis statistiknya adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Hunein Umar, 2011:132)

$H_a : t_{hitung} > t_{tabel}$

$H_0 : t_{tabel} > t_{hitung}$

Dimana:

H_a : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Eltha Cargo Pekanbaru.

H_0 : Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Eltha Cargo Pekanbaru.

Berikut adalah tabel hasil dari uji koefisien regresi secara parsial (uji t) penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Eltha Cargo Pekanbaru:

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.413	1.383		4.636	.000
1 Kualitas Pelayanan	.471	.039	.776	12.183	.000

Sumber : Olahan Peneliti, 2017

Keterangan:

a. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan

Tabel diatas diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan persamaan df sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= n - 2 : \alpha / 2 \\ &= 100 - 2 : 0,05 / 2 \\ &= 98 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

keterangan:

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Dengan demikian diketahui t hitung

(12,183) > t tabel (1,984) dan Sig. (0,000) < 0,05.

Hipotesis yang menyatakan diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Eltha Cargo Pekanbaru diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari pembahasan dalam penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Eltha Cargo Pekanbaru didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil jawaban pertanyaan untuk mengetahui kualitas pelayanan indikator *responsiveness* (daya tanggap/ ketanggapan) dari 2 (dua) pertanyaan yang diajukan didapatkan hasil:
 - Ternyata sebanyak 30 sampel menjawab tidak puas terhadap kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
 - Ada 20 responden yang menyatakan tidak puas terhadap kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
- Hasil dari uji validitas pertanyaan yang diberikan dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai r hitung seluruh pernyataan > r tabel (0,197), artinya adalah alat ukur yang digunakan valid.
- Hasil dari uji reliabilitas pertanyaan yang diberikan dalam penelitian ini, diperoleh nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel > 0,6, artinya alat ukur yang digunakan reliabel.
- Hasil dari uji koefisien determinasi dalam penelitian ini, diperoleh nilai R Square sebesar 0,602, artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar

60,2%, sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

5. Hasil dari uji koefisien regresi secara parsial (uji t) diketahui t hitung (12,183) > t tabel (1,984) dan Sig. (0,000) < 0,05, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

SARAN

Saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Elteha Cargo Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Lebih meningkatkan pelayanan terutama dalam hal memberikan *responsiveness* (daya tanggap/ketanggapan)
2. Memberikan berupa *reward* bagi pelanggan yang melakukan pengulangan pembelian atau pengiriman barang di PT. Elteha Cargo Pekanbaru
3. Lebih meningkatkan kinerja karyawan terhadap kualitas pelayanan PT. Elteha Cargo Pekanbaru kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta

Desi, 2010. "Hubungan Antara Kecemasan Terhadap Keselamatan Penerbangan dengan Pengambilan Keputusan membeli Tiket Penerbangan Domestik Lion Air pada Penumpang di bandara Ahmad Yani Semarang"

Griffin, Gill. 2005. *Customer Loyalty*. Penerbit Erlangga, Jakarta

Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, 3rd ed. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip dan Keller, K.L (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1)*. Jakarta : Pt Indeks.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT. Indeks. Jakarta. Alih Bahasa: Benyamin Molan

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1996, *Principles Of Marketing*, Seventh Edition, International Editrion, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian* (Edisi kedelapan, terjemahan Arcella Ariwati Hermawan), Jakarta: Salemba Empat.

Lovelock, Christoper. 2005. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : indeks.

Lo Liang Kheng, dkk 2010. *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*.

Lupiyoadi, dkk. 2011. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta

Sasmita, Mohd Suki. 2012. " *Metode Penelitian(untuk menulis skripsi, tesis dan disertasi*". Pekanbaru : UR Press.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta. *Intervening Kepuasan Pelanggan*". *Diponegoro jurnal of social and politik*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Sukma Bakti, Harniza Harun, 2011 " *Effect of Market Orientation and Customer Value on*

- Marketing Performance of Lion Airlines Corporation”*
Jambi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Jambi.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ted Smith-CNET. 2007. *Reconsidering Models of Influence: The Relationship Between Consumer*.
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Edisi Keempat, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar, Husein, 2008 *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Zeithaml, Valari A. and Mary Jo Bitner. 1996, *Service Marketing*, New York, Mc.Graw-Hill Co. Inc.