



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAPAL PENUMPANG
KM. NAPOLEON RUTE PERJALANAN KENDARI-WANCI
(STUDI KASUS PT. AKSAR SAPUTRA LINES)**

Oleh

Asmina Rahmawati*)

Rois Arifin)**

M. Hufron*)**

Email : asminarahmawati265@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Service Quality, Prices and Facilities on Consumer satisfaction on KM passenger ships. Napoleon route Kendari-Wanci (Case Study of PT. Aksar Saputra Lines) partially or simultaneously. The population and sample were all KM economy class passengers. Napoleon which numbered 96 passengers. Data collection through questionnaires. Data analysis in the study using SPSS version 16. The sampling technique using non probability sampling is purposive sampling. The criteria of respondents in this study were KM economy class passengers. Napoleon route Kendari-Wanci. The testing technique of retrieving the data used in this study includes the instrument test, classic assumption test, multiple linear regression test and hypothesis test.

The results of the analysis show that partially the reliability variable does not significantly influence customer satisfaction. While partially the responsiveness, assurance, empathy, price and facilities variables significantly influence customer satisfaction. Simultaneously shows that the reliability variable responsiveness, assurance, empathy, price and facilities significantly influence customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Facilities and Consumer Satisfaction



PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Provinsi Sulawesi tenggara ± 50% memanfaatkan jasa transportasi laut dalam pemindahan benda serta jasa antar pulau. Bersumber pada hal sebut bisa kita bayangkan bahwa aktivitas perhubungan laut ialah salah satu penyokong pokok pada kegiatan perdagangan, budaya, sosial dan proteksi keamanan suatu wilayah. Kapal Napoleon ialah salah satu alat transportasi laut yang menghubungkan pulau yang berada di provinsi Sulawesi Tenggara, Terutama kota Kendari dan kepulauan Wanci, Kapal Napoleon menjadi salah satu pilihan masyarakat Kota kendari dan kepulauan Wanci, selain karena mempunyai jasa pelayanan yang berkualitas, harga yang terjangkau serta mempunyai fasilitas yang baik.

Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2011:331) menyatakan pada dasarnya prinsip kualitas jasa (kualitas pelayanan) berinti pada upaya pemenuhan kepuasan dan keinginan konsumen dan keakuratan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Jika kualitas pelayanan semakin baik, dilakukan pada pelayanan yang handal, mempunyai daya tanggap, mempunyai jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang baik, maka pelanggan akan merasa puas.

Tjiptono (2006:151) mengartikan pengertian harga dari 2 sudut pandang, ialah dari sudut pandang pemasaran, bahwa “harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, “harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa”.

Fasilitas ialah sumber daya fisik yang wajib ada sebelum suatu jasa ditawarkan pada pembeli (Tjiptono, 2004:19). Fasilitas adalah hal yang sangat penting pada usaha jasa.

Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2009:138) bahwa “kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), Harga dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen jasa kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci?



2. Apakah *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), Harga dan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen jasa kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari Wanci?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), Harga dan Fasilitas secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen jasa kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), Harga dan Fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen jasa kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci.

MANFAAT PENELITIAN

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pengaruh *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), harga dan fasilitas sehingga dapat diterapkan saat memutuskan kebijakan apa yang harus diterapkan oleh perusahaan untuk menaikkan penghasilan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa membagikan informasi tambahan terhadap kemajuan ilmu bidang manajemen pemasaran dan bisa untuk materi referensi untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

KUALITAS PELAYANAN

Kualitas pelayanan didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2009:83), “kualitas pelayanan adalah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain”. Kinerja ini bisa berbentuk aktivitas yang tidak terlihat dan tidak berdampak pada kepunyaan benda apapun dan pada siapapun”.

HARGA

Harga didefinisikan oleh Swastha (2010:147) bahwa “harga ialah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”

FASILITAS

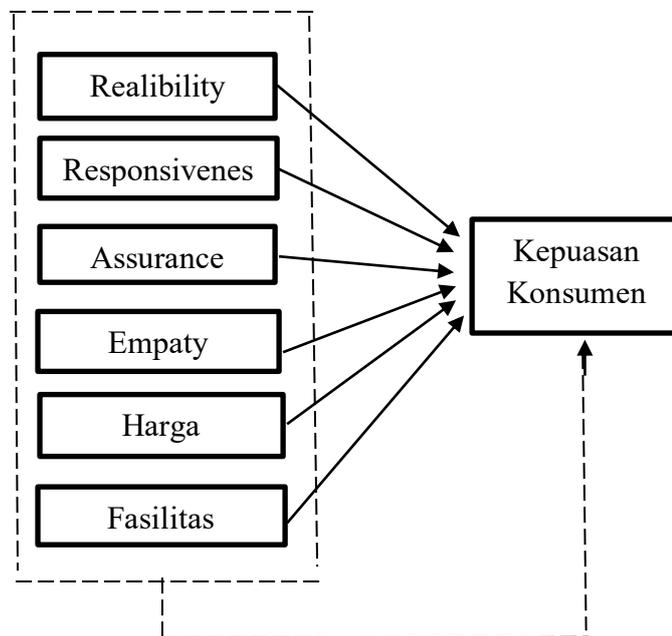
Menurut Tjiptono (2004:19), mendefinisikan bahwa fasilitas ialah sumber daya fisik yang wajib ada sebelum suatu jasa ditawarkan pada pembeli. Fasilitas adalah hal yang sangat penting pada usaha jasa.

KEPUASAN KONSUMEN

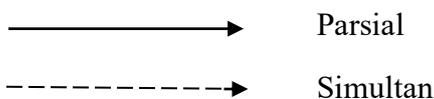
Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2009:138) bahwa “kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang

yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan:



HIPOTESIS PENELITIAN

H₁ : *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), Harga dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

H₂ : *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), Harga dan Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah *explanatory research* dengan memakai pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2014) *explanatory research* ialah penelitian ini dilakukan dengan cara menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan lain.



POPULASI

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kelas ekonomi KM. Napoleon mulai bulan November 2018 sampai dengan bulan Januari 2019 yang berjumlah 2.400 penumpang.

SAMPEL

Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ialah:

Penumpang kelas ekonomi KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci.

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan rumus Slovin dalam Sanusi (2014:101) yang berjumlah 96 responden.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

a. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | rHitung | Sig | Ket. |
|-----------------------|------------------|----------------|------------|-------------|
| Reliability | X1.1 | 0,806 | 0,000 | Valid |
| | X1.2 | 0,853 | 0,000 | Valid |
| | X1.3 | 0,872 | 0,000 | Valid |
| Responsiveness | X2.1 | 0,827 | 0,000 | Valid |
| | X2.2 | 0,895 | 0,000 | Valid |
| | X2.3 | 0,846 | 0,000 | Valid |
| Assurance | X3.1 | 0,715 | 0,000 | Valid |
| | X3.2 | 0,645 | 0,000 | Valid |
| | X3.3 | 0,722 | 0,000 | Valid. |
| Empathy | X4.1 | 0,747 | 0,000 | Valid |
| | X4.2 | 0,500 | 0,000 | Valid |
| | X4.3 | 0,798 | 0,000 | Valid |

Lanjutan Tabel 1

| Variabel | Indikator | rHitung | Sig. | Ket. |
|----------------------|-----------|---------|-------|-------|
| Harga | X5.1 | 0,576 | 0,000 | Valid |
| | X5.2 | 0,674 | 0,000 | Valid |
| | X5.3 | 0,642 | 0,000 | Valid |
| Fasilitas | X6.1 | 0,517 | 0,000 | Valid |
| | X6.2 | 0,634 | 0,000 | Valid |
| | X6.3 | 0,577 | 0,000 | Valid |
| | X6.4 | 0,634 | 0,000 | Valid |
| | X6.5 | 0,701 | 0,000 | Valid |
| | X6.6 | 0,676 | 0,000 | Valid |
| | X6.7 | 0,778 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan Konsumen | Y.1 | 0,766 | 0,000 | Valid |
| | Y.2 | 0,833 | 0,000 | Valid |
| | Y.3 | 0,781 | 0,000 | Valid |
| | Y.4 | 0,853 | 0,000 | Valid |

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semua indikator variabel pertanyaan atau indikator pada setiap variabel penelitian menghasilkan nilai r hitung $< 0,05$ atau r hitung $< r_{pearson}$ maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator variabel dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

| No. | Variabel | Koesien Alpha | Keterangan |
|-----|----------|---------------|------------|
| 1. | X1 | 0,796 | Reliabel |
| 2. | X2 | 0,838 | Reliabel |
| 3. | X3 | 0,704 | Reliabel |
| 4. | X4 | 0,736 | Reliabel |
| 5. | X5 | 0,852 | Reliabel |
| 6. | X6 | 0,836 | Reliabel |
| 7. | Y | 0,844 | Reliabel |



Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa pada variabel X1 memiliki koefisien *Alpha* sebesar $0,796 > 0,60$. Variabel X2 koefisien *Alpha* sebesar $0,838 > 0,60$. Variabel X3 koefisien *Alpha* $0,704 > 0,60$. Variabel X4 koefisien *Alpha* $0,736 > 0,60$. Variabel X5 koefisien *Alpha* $0,852 > 0,60$. Variabel X6 koefisien *Alpha* $0,836 > 0,60$. Variabel X7 koefisien *Alpha* $0,844 > 0,60$. Dikarenakan semua variabel dalam penelitian memiliki nilai koefisien di atas $0,60$ maka semua variabel dalam penelitian dinyatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 96 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.29159640 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .065 |
| | Positive | .042 |
| | Negative | -.065 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .641 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .806 |
| a. Test distribution is Normal. | | |

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai *p-value* pada kolom *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0.806 , maka data berdistribusi normal karena nilai *p-value* pada kolom *Asymp. Sig. (2-tailed)* (0.806) $>$ *level of significant* ($\alpha = 0,05$).

UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel Bebas | Tolerance | VIF | Keterangan |
|----------------|-----------|-------|-----------------------------|
| X1 | 0,334 | 2,994 | Bebas multikolikolinieritas |
| X2 | 0,232 | 4,305 | Bebas multikolikolinieritas |
| X3 | 0,396 | 2,525 | Bebas multikolikolinieritas |
| X4 | 0,483 | 2,071 | Bebas multikolikolinieritas |
| X5 | 0,792 | 1,263 | Bebas multikolikolinieritas |
| X6 | 0,524 | 1,908 | Bebas multikolikolinieritas |

Dari hasil uji multikolinieritas pada tabel 4 dalam semua variabel pada memperoleh besaran VIF sebesar 1,263 sampai 4,305. Mengetahui $VIF < 5$, maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel bebas multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel Bebas | Sig. | Keterangan |
|----------------|-------|-----------------------------------|
| X1 | 0,511 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| X2 | 0,261 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| X3 | 0,564 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| X4 | 0,545 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| X5 | 0,777 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| X6 | 0,081 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |

Berdasarkan hasil tabel 5 menunjukkan bahwa variabel *Realibility* (X1) nilai sebesar 0,511. variabel *Responsiveness* (X2) memiliki nilai sebesar 0,261. Variabel *Assurance* (X3) memiliki nilai sebesar 0,564. Variabel *Empathy* (X4) memiliki nilai sebesar 0,545. variabel Harga (X5) memiliki nilai sebesar 0,777. variabel Fasilitas (X6) memiliki nilai sebesar 0,081. Dengan demikian masing-masing variabel memiliki nilai sig. lebih dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Model | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.113 | 1.233 | | 2.525 | .013 |
| | Reliability (X1) | .138 | .132 | .114 | 1.044 | .299 |
| | Responsiveness (X2) | .307 | .154 | .261 | 1.995 | .049 |
| | Assurance (X3) | .295 | .129 | .230 | 2.292 | .024 |
| | Empathy (X4) | .193 | .096 | .183 | 2.014 | .047 |
| | Harga (X5) | -.167 | .070 | -.170 | -2.396 | .019 |
| | Fasilitas (X6) | .132 | .049 | .235 | 2.697 | .008 |

Dari hasil regresi tabel 6 dapat disusun regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,113 + 0,138 + 0,307 + 0,295 + 0,193 - 0,167 + 0,132 + e$$

UJI HIPOTESIS

a. Uji F

Tabel 7
Hasil Uji F

| Model | | ANOVA ^b | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 289.477 | 6 | 48.246 | 27.094 | .000 ^a |
| | Residual | 158.481 | 89 | 1.781 | | |
| | Total | 447.958 | 95 | | | |

b

el 7, didapatkan hasil analisis uji F sebesar 27,094 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hipotesis pada penelitian ini menyatakan semua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .804 ^a | .646 | .622 | 1.33442 |

Pada tabel 8 diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0,622. Berarti seluruh variabel bebas yaitu *Realibility*, *Responsivenes*, *Assurance*, *Empathy*, Harga, Fasilitas memiliki kontribusi secara bersama-sama sebesar 62,2% terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian.

c. Uji t

Tabel 9
Hasil Uji t

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.113 | 1.233 | | 2.525 | .013 |
| | Reliability (X1) | .138 | .132 | .114 | 1.044 | .299 |
| | Responsivenes (X2) | .307 | .154 | .261 | 1.995 | .049 |
| | Assurance (X3) | .295 | .129 | .230 | 2.292 | .024 |
| | Empathy (X4) | .193 | .096 | .183 | 2.014 | .047 |
| | Harga (X5) | -.167 | .070 | -.170 | -2.396 | .019 |
| | Fasilitas (X6) | .132 | .049 | .235 | 2.697 | .008 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil uji t pada tabel 9 diatas menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a.) *Reliability* atau kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(1,044 < 1,98)$ pada nilai sig. 0,299. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b.) *Responsiveness* atau daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(1,995 < 1,98)$ pada nilai sig. 0,049. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- c.) *Assurance* atau Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(2,292 < 1,98)$ pada nilai sig. 0,024. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- d.) *Empaty* atau empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(2,014 < 1,98)$ pada nilai sig. 0,047. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *empaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- e.) Harga berarah *negative* dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(-2,396 < 1,98)$ pada nilai sig. 0,019. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- f.) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon rute perjalanan Kendari-Wanci dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(2,697 < 1,98)$ pada nilai sig. 0,008. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty*, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
2. Secara parsial variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel *responsiveness*, *assurance*, *empaty*, harga dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.



KETERBATASAN

Penelitian ini hanya memiliki nilai *Adjusted R Square* ialah 0,622. Dengan demikian keseluruhan variabel bebas yakni *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), *Empathy* (X4), Harga (X5), dan Fasilitas (X6) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 62,2 % terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak masuk dalam penelitian. Sehingga memerlukan pengamatan terhadap variabel-variabel lain yang dapat terhadap kepuasan konsumen jasa kapal.

SARAN

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini, bisa disimpulkan bahwa variabel yang terdiri *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empaty*, harga dan fasilitas. Yang dimana KM. Napoleon diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, yang di iringi dengan harga yang murah, meningkatkan fasilitas yang ada untuk menunjang target yang diharapkan KM. Napoleon. Berdasarkan pada kesimpulan tersebut bisa dilakukan dengan selalu melakukan pembaharuan dan perubahan, sehingga menghasilkan kesan yang dapat di ingat oleh konsumen, serta selalu mempertimbangkan harga atau tiket kapal.
- b. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel pengamatan untuk mempermudah mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada kapal penumpang KM. Napoleon.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Ananingsih, T., Hasiholan, L. B., & Wahyono, E. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Johnson and Johnson Indonesia. *Journal of Management*, 4(4).
- Artiningtyas, I., Minarsih, M. M., & Hasiholan, L. B. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Vulkanisir Ban Top Cool Semarang). *Journal of Management*, 1(1).
- Arviantama, A., Hasiholan, L. B., Purwana, E. G., & Darsin, D. (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Untuk Kepuasan Pelanggan Agar Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gedung Serbaguna DPPP KAD Kabupaten Semarang). *Journal of Management*, 3(3).



Swastha,Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFY-Yogyakarta.

Erica, D., & Al Rasyid, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta. *Perspektif*, 16(2), 168-176.

Tjiptono, Fandy dan G. Chandra, 2012 . “*Strategi Pemasaran*”. Penerbit Andi, Yogyakarta

Asmina Rahmawati*) Adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
Rois Arifin **) Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
M. Hufron ***) Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma