

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT

**(Studi di Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota
Semarang)**

Yuliati, Susanti Wahyuningsih *)

Abstract

The purpose of this study was to analyze the influence of service quality, trust and commitment to community satisfaction. The population in this study were all people who used services in Pandean Lamper Village, Gayamsari District, Semarang City, amounting to 741 people (Data for April-May 2016). While the samples taken were 88 people. Sampling uses stratified proportional sampling. The data analysis tool used in this study is multiple regression analysis. Based on the results of the study: There is a significant positive effect between the quality of service on community satisfaction. There is a significant influence between trust in community satisfaction. There is a significant influence between commitment to community satisfaction. There is a significant influence between service quality, trust and commitment to community satisfaction

Keywords: *Service Quality, Trust, Commitment, Community Satisfaction*

Pendahuluan

Salah satu tantangan besar yang dihadapi pemerintah daerah dalam era globalisasi ini adalah bagaimana menampilkan aparatur yang profesional, kemampuan memegang etika birokrasi dalam tugas memenuhi aspirasi masyarakat. Titin, (2012:1) menjelaskan bahwa kepuasan masyarakat sebagai tolok ukur terhadap optimalisasi kinerja pelayanan publik oleh aparatur pemerintah kepada masyarakat yang berpedoman pada Keputusan Menteri Negara

*) *Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang.*

Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat.

Kantor Kelurahan merupakan tempat melayani kebutuhan masyarakat. Pelayanan berkualitas dan bermutu merupakan salah satu kunci keberhasilan memuaskan masyarakat yang bersifat jasa (Lupiyoadi, 2008). Variabel lain yang mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah kepercayaan. Kepercayaan (*trust*) menggambarkan komponen dari penempatan internal atau sikap yang diasosiasikan dengan kepuasan masyarakat. Selain kualitas pelayanan dan kepercayaan, variabel yang mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah komitmen. Kaitan komitmen dan kepuasan masyarakat dikemukakan oleh Nielsen (2009) yaitu meningkatnya komitmen akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang merupakan salah satu instansi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan kelengkapan administrasi, surat-surat dan sebagainya. Pada kenyataannya tidak semua pegawai Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari.

Hasil survey menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang dihadapi Kelurahan Pandeanlamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, yaitu kepastian jadwal pelayanan / kadang-kadang tidak tepat yang selalu dikeluhkan masyarakat di Kelurahan Pandean Lamper. Selain itu minimnya dana operasional, sehingga pegawai kurang proaktif dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Beberapa masalah tersebut, tentunya akan mempengaruhi rasa ketidakpuasan di kalangan masyarakat yang dilayani.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi di Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang)**

Kajian Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml *et al*, (1998) dalam Sulistiono (2010) menjelaskan kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Menurut Hamdani dan Lupiyoadi (2009) menyatakan kualitas pelayanan menjadi keharusan yang dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Kepercayaan

Menurut Kotler (2009:219), kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan (*trust*) dalam pemasaran jasa lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu kepada keyakinan pelanggan atas keterandalan jasa yang diterimanya. Variabel kepercayaan dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Robbins, 2006) : Integritas, Kompetensi, Konsistensi, Loyalitas dan Keterbukaan.

Komitmen

Menurut Ellena (2011:24) komitmen adalah hubungan, dimana masing-masing pihak bersedia bekerjasama untuk mempertahankan hubungan ini. Variabel komitmen diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: Perasaan bangga pelanggan , Perasaan memiliki, Perhatian terhadap keberhasilan jangka panjang, Pelanggan mempunyai sikap sebagai pendukung setia

Kepuasan Masyarakat

Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. (Kotler & Keller ,2012). Variabel kepuasan masyarakat dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: Sesuai dengan harapan, Bangga dengan pelayanan, Puas atas layanan, Jarang memberikan aduan / keluhan

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan

memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 2010).

Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan masyarakat

Septiawan (2014) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan hal yang penting bagi komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan ada jika pelanggan percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.

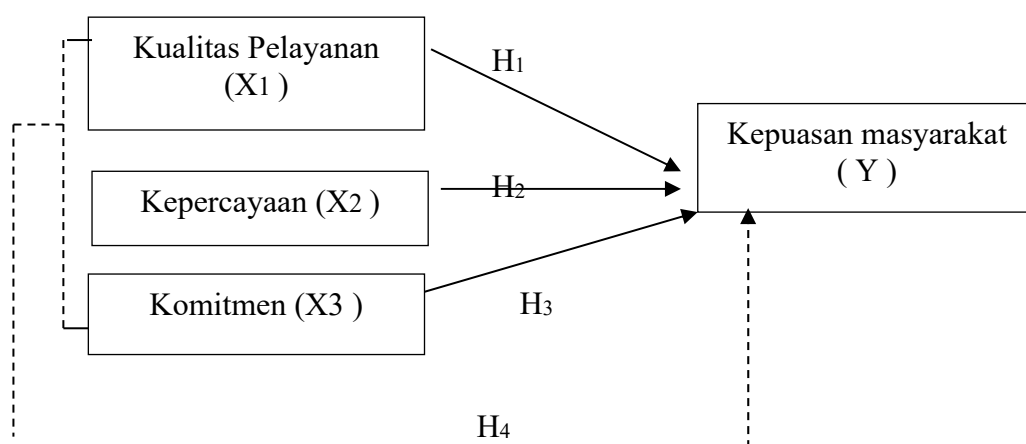
Pengaruh komitmen terhadap kepuasan masyarakat

Septiawan (2014) komitmen adalah keinginan yang berlangsung lama dalam diri pelanggan untuk mempertahankan hubungan yang berharga atau hubungan yang memberikan manfaat (*valued relationship*). Morgan dan Hunt (dalam Rahardian, 2006: 20). Berdasarkan hasil diperoleh bahwa komitmen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Pemikiran

Kepuasan masyarakat dibutuhkan kualitas pelayanan, kepercayaan dan komitmen pelanggan yang merupakan kunci dari relationship marketing. Kepercayaan merupakan elemen penting yang berpengaruh pada kualitas hubungan. Kaitan antara komitmen dengan kepuasan masyarakat yaitu meningkatnya komitmen akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan masyarakat.. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat kerangka pemikiran pada gambar berikut ini :

Gambar 2.6 : Kerangka Pemikiran



Keterangan:

X1 = Variabel independent yaitu kualitas pelayanan

X2 = Variabel independent yaitu kepercayaan

X3 = Variabel independent yaitu komitmen

Y = Variabel dependent yaitu kepuasan masyarakat

Hipotesis

Hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut :

- H₁ : Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang
- H₂ : Ada pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang
- H₃ : Ada pengaruh positif antara komitmen terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang
- H₄ : Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan, kepercayaan dan komitmen secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang

Metodologi Penelitian

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan seluruh masyarakat yang menggunakan pelayanan di Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang yaitu sebesar 741 orang (Data Bulan April-Mei 2016).

Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 orang. Pengambilan sampel menggunakan *stratified proportional sampling* artinya, pengambilan sampel terlebih dahulu dikelompokkan dalam beberapa sub populasi sehingga tiap sub-populasi yang ada memiliki anggota sampelnya (Umar, 2009:65).

Jenis dan Sumber Data

Data primer pada penelitian meliputi identitas responden dan tanggapan responden tentang kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), dan komitmen (X3) dan kepuasan masyarakat (Y).

Analisis Data

Pengujian Validitas Indikator, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda. Sedangkan Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t yaitu untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan komitmen (X3) secara parsial terhadap kepuasan masyarakat (Y) dan Uji F untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan komitmen (X3) secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat

Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel dapat diketahui bahwa keseluruhan indikator mempunyai r hitung yang lebih besar daripada r kritis (0,213), sehingga dapat dikatakan keseluruhan indikator valid sehingga daftar pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), Komitmen (X3) dan Kepuasan masyarakat (Y) memiliki nilai alpha diatas 0,60 sehingga keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas data

Hasil uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov Smirnov yang disimpulkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirov lebih besar dari 0,05, maka data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Dari hasil pengujian untuk masing-masing variabel menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 10%. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji

Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat nilai Absolut Ut (Abs Ut). Hal ini terlihat probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan masyarakat berdasarkan variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Komitmen.

4. Uji Autokorelasi

Uji

Autokorelasi menggunakan Durbin Watson yang hasilnya menunjukkan nilai sebesar 1,772. Nilai tersebut jika dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan derajat kepercayaan 5%, jumlah sampel 88, Variabel bebas (k) = 3, Nilai Tabel Durbin Watson $d_l = 1,575$ dan $d_u = 1,682$. Nilai DW terletak diantara batas atas d_u dan $(4-d_u)$, $1,682 < 1,772 < 2,318$ maka hasilnya tidak ada Autokorelasi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut layak untuk diuji lebih lanjut.

Metode Analisis

Analisis Regresi Linier Berganda

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,766 mempunyai arti bahwa bila kualitas pelayanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan komitmen (X_3), dianggap sama dengan nol maka kepuasan masyarakat sebesar 1,766.
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (b_1) sebesar 0,222 berarti jika kualitas pelayanan (X_1) naik satu satuan sedangkan kepercayaan (X_2) dan komitmen (X_3) dianggap sama dengan nol atau tetap maka kepuasan masyarakat akan bertambah sebesar 0,222 berlaku sebaliknya, hal ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat artinya jika kualitas pelayanan semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat
3. Nilai koefisien regresi kepercayaan (b_2) sebesar 0,265 berarti jika kepercayaan (X_2) naik satu satuan sedangkan kualitas pelayanan (X_1) dan komitmen (X_3) dianggap sama dengan nol atau tetap maka kepuasan masyarakat akan bertambah sebesar 0,265 berlaku sebaliknya, hal ini menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat artinya jika kepercayaan semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat

4. Nilai koefisien regresi komitmen (b_3) sebesar 0,199 berarti jika Komitmen (X_3) naik satu satuan sedangkan kualitas pelayanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) dianggap sama dengan nol atau tetap maka kepuasan masyarakat akan bertambah sebesar 0,199 berlaku sebaliknya, hal ini menunjukkan komitmen berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat artinya jika komitmen semakin kompetitif maka akan meningkatkan kepuasan masyarakat

Pengujian Hipotesis

Uji t

1. Pengujian Hipotesis Kualitas pelayanan (X_1) Terhadap Kepuasan masyarakat (Y) .
Dapat disimpulkan ada pengaruh yang positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat taraf uji signifikan 0,05.
2. Pengujian Hipotesis Kepercayaan (X_2) Terhadap Kepuasan masyarakat (Y)
Dapat disimpulkan ada pengaruh yang positif signifikan antara kepercayaan terhadap Kepuasan masyarakat taraf uji signifikan 0,05.
3. Pengujian Hipotesis komitmen (X_3) Terhadap Kepuasan masyarakat (Y)
Dapat disimpulkan ada pengaruh yang positif signifikan antara komitmen terhadap Kepuasan masyarakat taraf uji signifikan 0,05.

Uji F

Dari hasil perhitungan F-hitung (39,338) > F-tabel (2,713) atau sig F (0,000) < 0,05, dengan demikian H_a diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat.

Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,569 yang berarti variasi perubahan kepuasan masyarakat dipengaruhi variabel Kualitas pelayanan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Komitmen (X_3) sebesar 56,9% dan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian seperti fasilitas.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat .Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan masyarakat akan semakin meningkat. Fenomena ini memberikan indikasi bahwa Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar kepuasan masyarakat dapat tercapai. Pemberian pelayanan yang baik kepada masyarakat diharapkan menjadi lebih responsif terhadap kepentingan masyarakat itu sendiri, di mana paradigma pelayanan masyarakat yang telah berjalan selama ini beralih dari pelayanan yang sifatnya sentralistik ke pelayanan yang lebih memberikan fokus pada pengelolaan yang berorientasi kepuasan masyarakat.

Kepercayaan

Dari hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan masyarakat .Hal ini berarti kepercayaan pada kelurahan sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat. Untuk itu, diperlukan otonomi serta kebebasan dalam mengambil keputusan mengalokasikan sumber daya, membuat pedoman pelayanan, anggaran, tujuan, serta target kinerja yang jelas dan terukur. Kelurahan sebagai organisasi pemerintahan yang paling dekat dan berhubungan langsung dengan masyarakat merupakan ujung tombak keberhasilan pembangunan kota khususnya otonomi daerah, dimana kelurahan akan terlibat langsung dalam perencanaan dan pengembalian pembangunan serta pelayanan. Disamping itu peran kelurahan menjembatani program-program pemerintah yang disosialisasikan kepada masyarakat sehingga dapat dipahami dan didukung oleh masyarakat. Kepercayaan masyarakat terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok lain akan memberikan hasil yang positif baginya, sehingga akan memberikan hasil yang menguntungkan bagi masyarakat.

Komitmen

Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas komitmen terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini berarti komitmen sangat mempengaruhi kepuasan masyarakat, karena Pemerintah kelurahan cepat dan tanggap dalam memperhatikan segala sesuatu yang menjadi kebutuhan warga masyarakatnya. Diharapkan dengan terciptanya pemerintahan kelurahan yang tangguh dan mandiri yang dapat memenuhi

kebutuhan-kebutuhan masyarakat dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan dapat mewujudkan program-program pembangunan yang terencana secara efektif dan efisien. Aparat pemerintahan kelurahan yang ada diupayakan untuk dapat melaksanakan fungsinya masing-masing dengan penuh kesadaran dan tanggungjawab tanpa harus menunggu perintah dan terlepas dari intervensi pemerintah pusat. Aparat kelurahan diharapkan dapat lebih proaktif terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan peka terhadap aspirasi yang datang dari masyarakat

Penutup

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan masyarakat.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara komitmen terhadap kepuasan masyarakat.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kepercayaan dan komitmen terhadap kepuasan masyarakat.

Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian mendatang hendaknya mengarahkan pada obyek penelitian yang lebih luas dengan mengambil obyek semua Kelurahan di Kota Semarang. Perlunya menambah atau memasukkan variabel lain yang mempengaruhi komitmen dalam meningkatkan kepuasan masyarakat

Daftar Pustaka

- Arzena, Deby Meigy, 2012, Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang, **Jurnal**, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Barnes, James G. 2010. **Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan**. Andreas Winardi (penerjemah). Andi, Yogyakarta.
- Dharma, Rizki, 2013, Analisis Pengaruh Kebijakan Harga, Pelayanan dan Fasilitas Pendukung terhadap Kepuasan Pelanggan, **Jurnal**, Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar

- Ellena, F., & Rahardjo, D. S. 2011. **Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penangan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah.** 1-29.
- Ghozali, Imam, 2009, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Guspul, Ahmad, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). **Jurnal PPKM UNSIQ I** (2014) 40-54.
- Jahroni. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan pada Bank Central Asia. **JAMBSP** Vol. 5, No. 3, 235-249. Juni
- Karsono, 2008. **Pemikiran-Pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial**, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta
- Kasmir, 2005, **Etika Customer Service**, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Kuntari, Lisa, 2006. Kepercayaan Konsumen Pada Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Merek (Sebuah Tinjauan dari Sudut Karakteristik Merek, Kepercayaan Pada Perusahaan, dan Kesukaan Pada Merek: Studi Pada Pengguna Kosmetik di DKI Jakarta), **Tesis**, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Kusmayadi, Tatang, 2007, **Pengaruh relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan**, STIE STAN Indonesia mandiri
- Kotler, Philip. 2009, **Prinsip – Prinsip Pemasaran**, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. **Manajemen Pemasaran (Terjemahan)**. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. **Marketing Management**, New Jersey: Pearson International Edition
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2008 **Managemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat, Jakarta
- Moorman dkk, 2009, *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*, **Journal Marketing Research**, Vol 57 (January), 81-101.
- Nugroho, Agung Adi. 2009, **Menumbuhkan Service Loyalty melalui Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Respon Emosi Konsumen pada Perusahaan Jasa**, Jurnal Manajemen. Vol. 5, No. 2

- Nielsen, 2009, *An Alternative Explanation For Lower Repeat Rates Following Promotion Purchases. Journal Marketing Research*, 26(2): 205- 213
- Noviasari, Putri Yusrika, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Kelurahan Singonegaran Kediri, **Artikel Skripsi**, Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Rangkuti, Freddy. 2009. **Measurung Customer Satisfaction**. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rini, Langgeng Yuswo, 2010, **Studi Tentang Loyalitas Merek Produk Pelembab Pond's (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Universitas Diponegoro)**, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Robbins, Stephen. 2006. **Perilaku Organisasi**, Indeks Gramedia, Klaten
- Septiawan, Ari, 2014, Pengaruh Kepercayaan, Komitmen Dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Euro 2000 Automobile di Solo, **Naskah Publikasi**, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Setiawan, Heri, 2016, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan, Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan), **Journal Of Management**, Volume 2 No.2 Maret 2016
- Setiawan, Mulyo Budi dan Ukudi, 2007, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PD. BPR Pasar Kendal), **Jurnal Ekonomi Bisnis**, Vol.14, 2007.
- Sopiah. 2008. **Perilaku Organisasional**. Andi, Yogyakarta
- Sugiyono, 2009, **Metodologi Penelitian**, Erlangga, Jakarta
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Study Pada Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang. **Skripsi**. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sunarto, 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Deposito pada PT. Bank Mandiri Cabang (Persero) Semarang Pahlawan. **Disertasi**. Semarang, FIS UNNES. Tidak dipublikasikan
- Suratman, Andriyastuti, 2015, Analisis Loyalitas Konsumen Yang Dipengaruhi Kepuasan,Kepercayaan Dan Komitmen Konsumen Studi Pada Pelanggan Transportasi Rosalia Indah, Karanganyar, **Jurnal Ekonomi**, Vol. 24, No. 01, Juni 2015, Hal. 1-15

Tjiptono, Fandy. 2010. **Pemasaran Jasa**, Bayumedia, Malang

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra. 2010. **Service Quality and Satisfaction**, Andi Offset, Yogyakarta.

Umar, Husein, 2009. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Utari, Woro, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Varian Obat Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Yakersuda Bangkalan, **Jurnal NeO-Bis** Volume 8, No. 1, Juni 2014

Wijaya, Tony. 2011. **Manajemen Kualitas Jasa**. Penerbit PT Indeks. Jakarta