ARTIKEL

KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUS HARAPAN JAYA DI TULUNGAGUNG

Service Quality, Facilities, and Price Perception to the Satisfaction of Harapan Jaya Bus Customers in Tulungagung

Oleh:

NASICHUDIN CHANIF

14.1.02.02.0196

Dibimbing oleh:

1. **Gesty Ernestivita, M.M.**
2. **Poniran Yudho Leksono, S.E.,M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap	: NASICHUDIN CHANIF
NPM	: 14.1.02.02.0196
Telepon/HP	: 082231217098
Alamat Surel (Email)	: nasichudinchanif40@gmail.com
Judul Artikel	: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Bus Harapan Jaya di Tulungagung
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan, No.76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarism.
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudikan hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri……
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Gesty Ernestivita, M.M NIDN. 0720059101	Poniran yudho Leksono, S.E.,M.M. NIDN. 0704047306	Nasichudin Chanif NPM. 14.1.02.02.0196

KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUS HARAPAN JAYA DI TULUNGAGUNG

Nasichudin Chanif
14.1.02.02.0196
Nasichudinchanif40@gmail.com
Gesty Ernestivita, M.M[1] dan Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi perlunya peningkatan Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya di Tulungagung. Karena adanya masalah penurunan Kepuasan Konsumen yang disebabkan kurangnya kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga yang kurang nyaman.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh: (1) Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018. (2) Fasilitas secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018. (3) Persepsi Harga secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018. (4) Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel penelitian yaitu 40 orang. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner dan diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan *software SPSS For windows versi 23*.

Hasil dari penelitian ini, yaitu: (1) Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018. (2) Ada pengaruh yang signifikan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018. (3) Ada pengaruh yang signifikan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018. (4) Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada PO Harapan Jaya Tulungagung tahun 2018.

KATA KUNCI : *Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Kepuasan Konsumen*

I. LATAR BELAKANG

PO Harapan Jaya adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi darat yang cukup terkenal di wilayah Tulungagung yang kini mulai merasakan ketatnya persaingan di bidang transportasi masal, dikarenakan banyaknya pilihan transportasi yang mulai berdiri dan muncul di wilayah Tulungagung seperti jasa Travel, Kereta Api dengan harga yang terjangkau dan fasilitas yang sekarang mulai diperbaiki, penyewaan mobil beserta supirnya dan masih banyak lagi.

Hal tersebut membuat pemilik PO Harapan Jaya dituntut untuk melakukan inovasi baru agar perusahaan tersebut mampu menghadapi persaingan dengan kompetitornya dan bahkan unggul dari kompetitornya. Diperlukan pemahaman yang serius dari pihak PO Harapan Jaya Tulungagung terhadap jasa atau konsumen untuk terus menerus meningkatkannya dalam rangka mempertahankan meningkatkan loyalitas konsumen.

Salah satu faktor yang penting untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha adalah konsumen dan pemasaran. Pemasaran erat kaitannya dengan kepuasan konsumen karena konsep pemasaran dibangun untuk memenuhi kebutuhan konsumen guna meraih kepuasan.

Perusahaan dalam mencapai loyalitas konsumen ini dapat terjadi jika konsumen puas akan fasilitas maupun pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan suatu perusahaan supaya mampu bertahan dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Menurut Kotler (2012:36) kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan Konsumen dan kepercayaan konsumen tentang suatu harapan akan membentuk suatu ingatan dalam benak konsumen. Dalam Kepuasan Konsumen tentunya ada beberapa faktor agar Kepuasan Konsumen tercapai diantaranya Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga.

Kualitas Pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan suatu perusahaan supaya mampu bertahan dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut perusahaan harus mampu

memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Tjiptono (2008:139) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Selain Kualitas Pelayanan, factor yang dapat menumbuhkan kepuasan konsumen adalah fasilitas.

Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Menurut Tjiptono (2010:184) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Selain Fasilitas factor penting yang dapat menumbuhkan kepuasan konsumen adalah Persepsi Harga.

Persepsi Harga merupakan suatu pandangan seseorang terhadap suatu obyek yang ingin diketahuinya bisa dikatakan bahwa persepsi itu memiliki perbedaan setiap orangnya. Menurut Kotler (2009:108) Persepsi Harga adalah tarif atau sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan kata lain dari definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan perlu pengorbanan untuk membelinya dan memenuhi kebutuhan serta keinginannya.

Atas dasar latar belakang permasalahan yang disampaikan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul **"Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Bus Harapan Jaya di Tulungagung".**

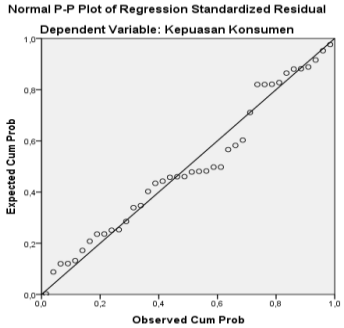
II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah kausalitas. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dan menggunakan teknik *sampling insidenta*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F. data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan program *SPSS for windows* versi 23.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas



Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data diolah primer 2018

Dari grafik normal plot tersebut dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi gangguan normalitas yang berarti data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Pelayanan	,995	4,500
Fasilitas	,417	2,399
Persepsi Harga	,110	9,097

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF dari ketiga variabel independen adalah memiliki VIF lebih kecil dari 10 dan dinilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Maka didalam penelitian ini dinyatakan model regresi linier berganda terbebas dari uji multikolinearitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

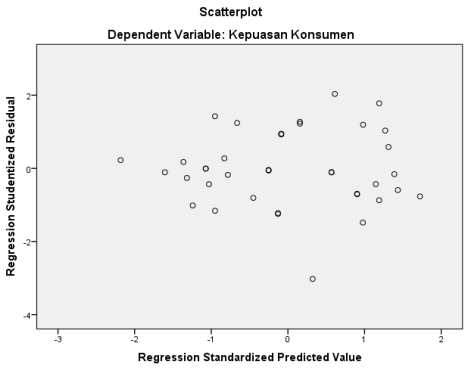
Adjusted R Square	Durbin-Watson
,403	1,730

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah primer 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat di analisis bahwa DW sebesar 1,730 sedangkan DW untuk tingkat = 5% dengan n=30 dan k = 3 adalah batas bawah (di = 1,338 dan du = 1,658 dan batas atas (4- du = 2,342). Dapat disimpulkan nilai durbin Watson (DW) terletak antara DU s/d 4-DU sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar
Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data primer diolah 2018

Dari gambar scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun bawah angka 0 pada sumbu Y. dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1,577	1,589
Kualitas Pelayanan	,450	,046
Fasilitas	,001	,026
Persepsi Harga	,613	,070

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Dari persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Konstanta = 1,577
   Jika variabel 1 satuan kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan persepsi harga (X_3) tidak berpengaruh atau = 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 1,577.
b. Koefisien X_1 = 0,450
   Setiap penambahan 1 satuan variabel kualitas pelayanan (X_1) dngan asumsi fasilitas (X_2), dan persepsi harga (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,450 satuan.
c. Koefisien X_2 = 0,001
   Setiap penambahan 1 satuan variabel fasilitas (X_2) dengan asumsi kualitas pelayanan (X_1), dan persepsi harga (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,001 satuan.
d. Koefisien X_3 = 0,613
   Setiap penambahan 1 satuan variabel persepsi harga (X_3) dengan asumsi kualitas pelayanan (X_1), dan fasilitas (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,613.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel
Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,995[a]	,989	,888

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas Adjusted R Square yang didapat adalah 0,888. Hal ini berarti 88,8% kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga menjelaskan kepuasan konsumen dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 11,2% yang tidak dikaji di dalam penelitian ini.

7. Uji t

Tabel
Hasil Uji t (Parsial)

Model	T	Sig.
(Constant)	,978	,334
Kualitas Pelayanan	9,689	,000
Fasilitas	6,052	,012
Persepsi Harga	8,800	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil sebagai berikut:

1) Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 9,689 > 1,701 dengan taraf signifikan uji t variabel Kualitas Pelayanan 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 di tolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya adalah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2) Fasilitas

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 6,052 > 1,701 dengan taraf signifikan uji t variabel Fasilitas 0,012 < 0,05 yang berarti H_0 di tolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya adalah fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3) Persepsi Harga

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 23 dalam tabel 4.11 diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 8,800 > 1,701 dengan taraf signifikan uji t variabel

Persepsi Harga 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 di tolak dan H_a diterima. Maka kesimpulannya adalah persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

8. Uji F

Tabel
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]				
Model		Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176,020	25,144	,000[b]
	Residual	,162		
	Total			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Fasilitas, Persepsi harga

Sumber : Data primer diolah 2018

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Bus Harapan Jaya di Tulungagung. Dari hasil uji analisis menunjukkan bahwa :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa penilaian yang baik mengenai kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen akan mendorong konsumen untuk berlangganan. Dengan pelayanan yang cepat seperti kemauan karyawan bus untuk membantu keluhan pelanggan dengan cepat maka pelanggan akan merasa puas dan tetap membutuhkan jasa bus Harapan Jaya. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 23 diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 9,689 > 1,701 dengan taraf signifikan uji t variabel kualitas pelayanan 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dan Koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,450.

Hasil ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suharyono dan Kusuma (2015) yang berjudul Kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek terhadap kepuasan

pelanggan travel buana samarinda, yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen

Ada pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini konsumen akan membandingkan fasilitas yang ada dalam Bus Harapan Jaya dengan competitor. Dengan fasilitas yang lebih komplit seperti AC, TV, fasilitas toilet yang bersih dan berfungsi dengan baik, maka konsumen lebih memilih jasa Bus Harapan Jaya untuk berlangganan. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 23 4.12 diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 6,052 > 1,701 dengan taraf signifikan uji t variabel fasilitas 0,012 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dan Koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,001.

Hasil ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Saradisa dan Sitohang (2015) dengan judul pengaruh kepercayaan dan fasilitas terhadap loyalitas bus trans jogja yang menyatakan bahwa variabel fasilitas terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen

Ada pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini tarif harga yang ada di Bus Harapan Jaya relatif lebih murah dibandingkan kompetitor lain. Dalam penelitian ini konsumen akan lebih memilih jasa us Harapan Jaya karena tarif harga lebih murah dibandingkan kompetitor lain. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 23 diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 8,800 > 1,701 dengan taraf signifikan uji t variabel persepsi harga 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dan Koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,613.

Hasil ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Oetomo (2015) dengan judul pengaruh fasilitas, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa Kereta Api Kaligung Mas di Semarang yang menyatakan bahwa variabel persepsi harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan persepsi harga mengalami penurunan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu jika Kualitas Pelayanan yang ramah, Fasilitas yang masih berfungsi dengan baik, Persepsi Harga menurut konsumen yang lebih terjangkau dibandingkan kompetitor, maka hal tersebut akan mempengaruhi dan meningkatkan Kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel 4.13, diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai koefisien determinasi Adjusted R^2 sebesar 0,888 yang berarti bahwa 88,8% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga). Dan 11,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

IV. PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Bus PO Harapan Jaya di Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang

telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bus PO Harapan Jaya Tulungagung. Hal ini memberi arti bahwa kualitas pelayanan di Bus Harapan Jaya mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Ada pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Bus PO harapan Jaya Tulungagung. Hal ini memberi arti bahwa fasilitas di Bus PO Harapan Jaya mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Ada pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Bus PO Harapan Jaya Tulungagung. Hal ini memberi arti bahwa persepsi harga di Bus PO Harapan Jaya mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bus PO Harapan Jaya Tulungagung. Hal ini memberi arti bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga di Bus Harapan Jaya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

V. DAFTAR PUSTAKA

Alam. 2014. *Pengaruh fasilitas, pelayanan, harga, dan lokasi terhadap loyalitas dengan kepuasan jasa travel Bejeu*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Hal 1-13 Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Bagus, Ade. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kereta Kaliagung Mas Kelas Eksekutif pada PT KAI DAOP 4 Semarang*. Jurnal manajemen Volume, Halaman 267-273. Universitas Diponegoro Semarang.

Bilqis, Diad. 2009. *Analisis Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan)*. Tesis, Universitas Diponegoro Semarang.

Bagus, Surya. 2010. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Dannis Pati*. Skripsi S1. Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Semarang.

Basu Swasta dan Irawan. 2009. Manajemen PemasaranModeren. Liberty, Yogyakarta.

Danti, Nurul Alam. 2011. *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Jasa Travel Bejeu*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.

Dwihapsari, Bunga dan Santosa, Suryono dan Budi. 2012. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa pada Oryza Tour*.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi analisis Multivarite dengan SPSS cetakan. Keempat*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan Offset Wahyu, Andi dan Budi. 2010. *Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. Journal of Manajement*. Vol. 1. No.3, 2013, hal 1-9.

Irawan. 2009. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Indri, Kadek dan I Nyoman. 2013. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Buana Travel Denpasar. Journal of Manajement*. Hal. 918-937.

Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. Jakarta : PT Erlangga.

Lupiyadi, Rambat dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Jawa Barat.

Sharadisa dan Sitohang. 2015. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap Kepuasan konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi Bus Trans Jogja*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.

Suharyono dan Kusuma. 2015. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen cv Buana Samarinda*. Fakultas Ekonomi universitas Diponegoro. Semarang.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang : Yogyakarta dan Offset.

Utami dan Oetomo. 2015. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan jasa kereta api Kalijaga Mas*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.