

**Persepsi *Service Quality* Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas
Dengan Kepuasan Sebagai Mediasi
(Study BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali)**

***Perceptions of Service Quality and Complaint Handling of Loyalty
with Satisfaction as Mediation
(BRI Study Unit Karanggeneng Kanca Boyolali)***

YANUAR BAGUS SAPUTRA

Yanuarbagus22@gmail.com

Program Magister Manajemen STIE-AUB Surakarta

2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji secara empiris persepsi *service quality* dan penanganan komplain terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai mediasi pada BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Simpedes di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali sejumlah 400 nasabah yang diperoleh dari data *were houses* BRI Unit Karanggeneng pada bulan Januari 2021. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi yaitu sebesar 40 nasabah, dengan teknik *random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan uji analisis jalur. Hasil penelitian ini adalah *Service quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penanganan complain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel *service quality*, penanganan komplain dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hasil perhitungan nilai R^2 total sebesar 0,752 dapat diartikan variasi loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dijelaskan oleh variabel *service quality*, penanganan komplain dan kepuasan sebesar 75,2%. Kesimpulan analisis jalur pengaruh langsung *service quality* terhadap loyalitas menghasilkan nilai lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga lebih efektif melalui jalur langsung. Pengaruh langsung penanganan komplain terhadap loyalitas menghasilkan nilai lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga lebih efektif melalui jalur tidak langsung.

Kata Kunci : *Service Quality*, Penanganan Komplain, Kepuasan, Loyalitas

Abstract

This study aims to determine, analyze and empirically test the perception of service quality and the handling of complaints on loyalty with satisfaction as a mediation at BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali. The population in this study were 400 Simpedes customers at BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali obtained from the data were houses BRI Unit Karanggeneng in January 2021. The sample taken in this study was 10% of the population, namely 40 customers, with a random technique. sampling. The analytical method used is to use the path analysis test. The results of this study are service quality has a negative and significant effect on customer satisfaction. Complaint handling has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Complaint handling has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. The results of the F test can be concluded that service quality, complaint handling and satisfaction variables have a significant effect on loyalty. The results of the calculation of a total R² value of 0.752 means that the variation in customer loyalty in the Karanggeneng Kanca Boyolali BRI Unit is explained by the variable service quality, complaint handling and satisfaction by 75.2%. The conclusion is that the direct effect of service quality on loyalty results in greater value than the indirect effect, so it is more effective through the direct route. The direct effect of complaint handling on loyalty results in a smaller value than the indirect effect, making it more effective through indirect channels

Keywords: Service Quality, Complaint Handling, Satisfaction, Loyalty

PENDAHULUAN

BRI yang berbasis pada asas kepercayaan yang menuntut makin mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan agar kepuasan nasabah tetap terjaga yang artinya nasabah merasa puas apabila kebutuhannya terpenuhi, puas karena pelayanan yang diberikan oleh BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali. Instansi harus menyiapkan berbagai perangkat yang dibutuhkan agar pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat memenuhi syarat. Perangkat yang dibutuhkan pemerintah tersebut, seperti kebijakan mengenai jenis pelayanan, organisasi, personil, dana yang cukup, peralatan yang memadai dan berbagai perangkat lainnya yang secara integratif akan menciptakan sistem pelayanan yang berkualitas.

Persaingan yang terjadi antar industri perbankan di Indonesia kini telah menyongsong dan memasuki persaingan yang tidak lagi mengutamakan suku bunga simpanan maupun kredit dalam mendapatkan nasabah tetapi persaingan yang mengutamakan kualitas layanan (*service quality*) kepada nasabah.

Organisasi bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan penawaran yang menarik kepada mereka. Hal ini tercermin dari komitmen bank terhadap kepuasan nasabah dalam pernyataan visinya, iklan maupun rilis humas (*public relation release*). Persaingan ketat antar industri perbankan ini mendorong perbankan untuk menciptakan keunggulan bersaing sebagai layanan yang unik berbeda dengan pesaing. Salah satu keunggulan bersaing yang paling efektif dalam bisnis

berkarakteristik jasa adalah membina hubungan jangka panjang (*life time*) erat dengan konsumen. Bertujuan menciptakan loyalitas pelanggan, karena merekrut pelanggan baru membutuhkan biaya yang mahal.

Dalam era globalisasi dewasa ini salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh organisasi perbankan adalah bagaimana menampilkan pegawai yang profesional, memiliki etos kerja yang tinggi, keunggulan kompetitif dan kemampuan memegang teguh etika birokrasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dan memenuhi aspirasi nasabah. Tantangan tersebut merupakan hal yang beralasan mengingat secara empiris nasabah di daerah menginginkan agar aparat pemerintah dalam menjalankan tugas-tugasnya dapat bekerja secara maksimal yang akhirnya dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah. Untuk dapat menyelenggarakan pemerintahan yang baik dituntut aparat pemerintah yang profesional, hal ini merupakan prasyarat dalam meningkatkan mutu penyelenggaraan dan *service quality* yang akan diberikan kepada nasabah.

Hasil penelitian Margaretha (2014), Syarief (2013), menunjukkan *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, sedangkan penelitian Partua, (2015), Dwi aryani dan Febriana (2015), Wei dan Wu (2015), menunjukkan *service quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas. Adanya *research gap* hasil penelitian, maka penelitian ini menganalisis hubungan *service quality* terhadap loyalitas.

Salah satu harapan nasabah selaku nasabah pelayanan adalah menginginkan pelayanan yang adil dan merata. Bentuk pelayanan yang adil dan merata, hanya dimungkinkan oleh kesiapan psikologis birokrat organisasi yang senantiasa menyesuaikan diri dengan perubahan sosial (*Social change*) dan dinamika nasabah sebagai sasaran pelayanannya. Tugas Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada *hakekatnya* adalah memberikan pelayanan kepada nasabah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan nasabah, sehingga nasabah puas dan loyal terhadap organisasi.

Terciptanya pelayanan yang baik pada hakikatnya akan menimbulkan kepuasan bagi pihak yang mendapat pelayanan. Pada dasarnya kepuasan merupakan hal yang bersifat pribadi. Setiap individu akan merasakan tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan individu. Kepuasan dalam diri individu mempunyai peranan penting dalam rangka mendukung tercapainya tujuan Bank Rakyat Indonesia (BRI).

BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali sebagai organisasi pelaksana pelayanan di wilayah kerjanya harus meningkatkan *service quality* kepada nasabah, karena pada hakikatnya kualitas ditentukan hanya oleh nasabah. Salah satu cara untuk meningkatkan *service quality* adalah dengan memenuhi harapan nasabah dengan cara meningkatkan mutu pelayanan. Rasa puas orang yang memerlukan *service quality* bisa diartikan dengan membandingkan bagaimana pandangan antara pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan yang diharapkan. Sementara itu harapan nasabah dapat terbentuk berdasarkan pengalaman maupun informasi.

Keluaran yang diharapkan BRI dengan mengedepankan *service quality* dan penanganan komplain adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan sebuah penilaian dari nasabah bahwa mereka menyukai atas produk yang ditawarkan oleh BRI. Jika kembali pada pemahaman akan konsep pemasaran, maka jelas sekali yang menjadi tujuan setiap aktivitas pemasaran BRI adalah kepuasan nasabah. Sehingga apabila nasabah merasa puas dengan

produk yang dihasilkan dan ditawarkan oleh BRI kepada nasabah mendapat pengakuan atas kinerja (*service quality*) dan hal-hal pendukung lain (Hackman, *Herbig*, Paul, John Milewicz and Jim Golden, 2016).

Hasil penelitian Margaretha (2014), Syarief (2013), menunjukkan penanganan komplain berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, sedangkan penelitian Dwi aryani dan Febriana (2015), Wei dan Wu (2015), menunjukkan penanganan komplain berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas. Adanya *research gap* hasil penelitian, maka penelitian ini menganalisis hubungan penanganan komplain terhadap loyalitas.

BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dalam pemasaran jasa masih kurang optimal, dan masih banyak ditemukan suatu permasalahan di BRI hal ini dapat dilihat masih banyaknya nasabah yang komplain atas pelayanan yang diberikan, *service quality* yang ada di BRI masih belum sesuai dengan harapan nasabah, penanganan komplain masih rendah dan belum diminati oleh nasabah, bentuk komplain yang sering disampaikan nasabah adalah sering adanya jaringan lambat saat transaksi banyak, terjadinya antrian yang cukup banyak dan kurang ramah dalam pelayanan hal ini sering didapati pada *customer service*, sehingga tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah dirasakan masih kurang, sehingga perlu adanya peningkatan. Konsep kepuasan nasabah merupakan hasil dari keberhasilan penyedia produk memenuhi harapan nasabah secara definitif mempengaruhi perubahan sikap, pembelian ulang dan loyalitas. *Ketiga* hal ini merupakan hasil yang diharapkan dari keseluruhan aktivitas pemasaran (Webster, 2016). Namun penelitian mengenai kedua konsep diatas pada pemasaran jasa masih jarang ditemukan, dan masih banyak ditemukan suatu permasalahan di BRI, *service quality* yang ada di BRI masih belum sesuai dengan harapan nasabah, penanganan komplain masih rendah dan belum diminati oleh nasabah, kepuasan nasabah di BRI sangat rendah dan loyalitas nasabah perlu adanya peningkatan.

Berangkat dari fenomena dan pemikiran-pemikiran di atas, maka diperlukan penelitian berkenaan dengan pengaruh sistem

penyampaian jasa terhadap *service quality*, penanganan komplain terhadap dan loyalitas nasabah. Untuk itulah kiranya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Persepsi *Service Quality* dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan sebagai Mediasi (Study BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali)”.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi penelitian pada BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi penelitian pada BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X), variabel *intervening* (e) dan variabel dependen (Y). Variabel independen terdiri dari *service quality* (X₁), penanganan komplain (X₂), sedangkan variabel *intervening* adalah kepuasan nasabah dan variabel dependen adalah loyalitas nasabah (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Simpedes di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali sejumlah 400 nasabah yang diperoleh dari data *were houses* BRI Unit Karanggeneng pada bulan Januari 2021. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi yaitu sebesar 40 nasabah, dengan teknik *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak.

HASIL PENELITIAN

Tabel IV.11
Hasil Analisis Jalur Persamaan 1
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,517	3,113		6,270	,000
	Service Quality	-,384	,168	-,327	-2,286	,028
	Penanganan Komplain	,454	,096	,680	4,758	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel IV.12.
Hasil Regresi Persamaan Kedua
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,764	3,142		-,243	,809
	Service Quality	,611	,126	,603	4,847	,000
	Penanganan Komplain	-,024	,085	-,042	-,284	,778
	Kepuasan Nasabah	,476	,116	,553	4,120	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel IV.15
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,013	3	35,004	17,910	,000 ^a
	Residual	70,362	36	1,954		
	Total	175,375	39			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Service Quality, Penanganan Komplain

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Koefisien Determinasi / Varian Total

Hasil perhitungan nilai R² total sebesar 0,752 dapat diartikan variasi loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dijelaskan oleh variabel *service quality*, penanganan komplain dan kepuasan sebesar 75,2% dan sisanya 24,8% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh reputasi dan kecepatan pelayanan.

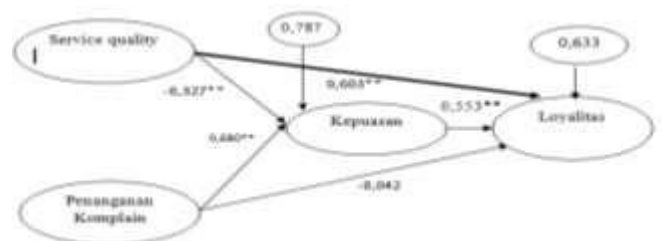
Tabel IV.19
Koefisien Korelasi

Correlations

		Service Quality	Penanganan Komplain	Kepuasan Nasabah	Loyalitas Nasabah
Service Quality	Pearson Correlation	1	,424**	-,039	,564**
	Sig. (2-tailed)		,006	,813	,000
	N	40	40	40	40
Penanganan Komplain	Pearson Correlation	,424**	1	,541**	,513**
	Sig. (2-tailed)	,006		,000	,001
	N	40	40	40	40
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	-,039	,541**	1	,506**
	Sig. (2-tailed)	,813	,000		,001
	N	40	40	40	40
Loyalitas Nasabah	Pearson Correlation	,564**	,513**	,506**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	
	N	40	40	40	40

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

hubungan antar variabel dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut:



PEMBAHASAN

Pengaruh *Service quality* Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali, untuk variabel *service quality* adalah tidak efektif, karena pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali sebaiknya menggunakan variabel *service quality* secara langsung. Hal ini sejalan dengan penelitiannya Farisman (2013), Pramana (2015), Rosinta (2015), Rusandi (2017) memberikan bukti bahwa *service quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Hal ini dapat dilakukan dalam peningkatan *service quality* antara lain dengan langkah-langkahnya adalah dengan cara:

- Meningkatkan kondisi fisik di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dengan memperbaiki fasilitas yang ada.
- Meningkatkan pelayanan Pegawai BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dengan selalu responsif terhadap nasabah.
- Meningkatkan kelengkapan di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dengan memperbaiki fasilitas yang ada.

Pengaruh Penanganan komplain Terhadap Loyalitas

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan loyalitas, untuk variabel penanganan komplain adalah efektif, karena pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali sebaiknya menggunakan variabel penanganan komplain secara tidak langsung dengan melalui kepuasan nasabah terhadap loyalitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Farisman (2013), Pramana (2015), Rosinta (2015), Rusandi (2017) memberikan bukti bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Hal ini dapat dilakukan dengan peningkatan kepuasan nasabah antara lain

dengan langkah-langkahnya adalah dengan cara:

- BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali memberikan pelayanan agar nasabah lebih puas.
- Memperbaiki kondisi fisik peralatan di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali agar nasabah lebih puas.
- BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali memberikan pelayanan yang memuaskan.

PENUTUP

Simpulan

- Service quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali.
 - Penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali.
 - Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali.
 - Penanganan complain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali.
 - Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali.
 - Hasil uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel *service quality*, penanganan komplain dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.
 - Hasil perhitungan nilai R^2 total sebesar 0,752 dapat diartikan variasi loyalitas nasabah di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dijelaskan oleh variabel *service quality*, penanganan komplain dan kepuasan sebesar 75,2% dan sisanya 24,8% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh reputasi dan kecepatan pelayanan.
 - Kesimpulan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung adalah sebagai berikut:
 - Pengaruh langsung *service quality* terhadap loyalitas menghasilkan nilai lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga lebih efektif melalui jalur langsung.

- 2) Pengaruh langsung penanganan komplain terhadap loyalitas menghasilkan nilai lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga lebih efektif melalui jalur tidak langsung.

Saran dan Rekomendasi

1. *Service quality* merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan loyalitas, untuk itu pihak BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali sebaiknya lebih memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan variabel *service quality*. Peningkatan *service quality* yaitu dengan cara:
 - a. Meningkatkan kondisi fisik di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dengan memperbaiki fasilitas yang ada.
 - b. Meningkatkan pelayanan Pegawai BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dengan selalu responsif terhadap nasabah.
 - c. Meningkatkan kelengkapan di BRI Unit Karanggeneng Kanca Boyolali dengan memperbaiki fasilitas yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Agung Ngurah Bagus Dhermawan, (2012), Anderson, E. and B. Weitz, 2013, “*The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channel*”, *Journal of Marketing research* 29 (1), p.18-34.

Bolton, Ruth N and James H. Drew, 2011, “A Multi Stage Model of Customers Assessment of Service Quality and Value”, *Journal of Consumer Research*, Januari, 1-9.

Bontis, Nick and Lorne D. Booker (2012), “The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in banking industry”, *Journal Management Decion*, Vol.45, No.9 p.1426-1445.

Brown, Stephen W., 2011, “*A Multi Stage Model of Customers Assesment of Service Quality and Value*”, *Journal of Marketing*, April, pp. 92-98

Cronin J. Joseph Jr and Steven A. Taylor (2012), “Measuring Service Quality : A reexamination and extension”, *Journal of Marketing Vol. 56 (July) p.55 – 68*

Dharmesta (2009), *Human Resources Management*. Tenth Edition. Prentice-Hall. Inc. New Jersey

Dwi Aryani Dan Febrina Rosinta, 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, Mei—Agus 2010, Hlm. 114-126. Volume 17, Nomor 2. ISSN 0854-3844

Fornell, Claes; Johnson, Michael D ; Anderson, Eugene W ; Cha, Jaesun; Bryant, Barbara Everitt (2012), “*The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose, and Findings*”. *Journal of Marketing*, 60 (10). (7 – 18).

Hackman, Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden., (2012). Achieving The Goals of Multiculturalism and Diversity. In M. Peterson. D. D. Dill. L. Mets, & Associates (Eds.)”, *Planning and Management for A Changing environment (pp.405-431)*, San Francisco: Jossey-Bass.

Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden,(2014). “A Model of Reputation Building and Destruction “*Journal of Business Research*. Vol.31, June 1994, No. 1 ; p.23-31.

Hirschman, 2012, *An Assesment Of The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction In The Formation Of Consumers Purchase Intention*”, *Journal Of Retailing*. Vol 70, No.2, P.163

- Juran, J.M., 2011, *Quality Control Handbook*, New York: Mc. Graw-Hill.
- Liu, Tsung-Chi and Li Wei Wu (2012), "Customer retention and cross-buying in the banking industry : An Integration of service attributes, satisfaction and trust" *Journal of Financial Service Marketing*, Vol.12 No.2 p.132-145.
- Margaretha M, (2014), "Study Mengenai Loyalitas Nasabah Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912 (Studi khusus di Jawa Tengah)", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol III, No.3, Desember 2004. (289-308)
- Nyer, 2010. *Marketing dan Perilaku Konsumen Mundur Maju*, Bandung
- Oliver, Richard L. (2012), " *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer*", McGraw-Hill, New York, NY
- Partua Pramana, (2010). Pengaruh *service quality* terhadap kepuasan dan loyalitas siswa di BRI Karanganyar. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, Mei—Agus 2010, Volume 17, Nomor 2 Hlm. 104-128
- Parasuraman, A., Zeithmal, V., & L. Berry, L. 2012 " A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49 (fall).
- Prichard, mark P, 2010, "Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts", *Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (3), p.333-348
- Ratminto dan Winarsih, 2010, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sarwono, Jonathan. 2010. *Analisis Jalur Untuk Bisnis dengan SPSS*. Penerbit Andi Offset:Yogyakarta
- Selnes, Fred (2013), "An Examination of the effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing*, 27 (9). (19-35).
- Solomon, Michael (2011), *Consumer Behavior*, 3th edition, McGraw Hill.
- Solvang, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta Prenhalindo
- Straus & Seidel, 2011. An Assesment Of The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction In The Formation Of Consumers Purchase Intention", *Journal Of Retailing*. Vol 70, No.2, P.163
- Supriatna. J (2010). *Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Penerbit Andi Offset:Yogyakarta
- Syarief Farisman (2013), Pengaruh *Service quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Federal Internasional Finance Pos Tandes Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 3 (2013)*
- Tjiptono, Fandi, 2012, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)* , Andi Offset, Yogyakarta.
- Tronvoll, (2012). *Produktivitas: Seri Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Alex Media Komputindo
- Webster, (2011). Gender and The Relationship Between Perceived Fairness of Pay or Promotion ang Job Satisfaction", *Journal of Applied Psychology*, 78 (5) : 744 – 780
- Wei Wu (2010), Customer retention and cross-buying in the business industry : An Integration of service attributes, satisfaction and trust". *Journal of Financial Service Marketing*, Vol.12 No.2 p.132-145
- Zeithaml, V.(2008), Consumer Perceptions of Price, "Quality, and Value : Means End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, Vol 52, July, p.2-22