PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *GO – FOOD* PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat

Guna Mencapai Gelar Ekonomi

Diajukan Oleh :

DANIEL DESPRIANSYAH

NPM. 1601110068

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: DANIEL DESPRIANSYAH
Nomor Pokok/NIRM	: 16.01.11.0068
Jurusan/ Program Studi	: Ekonomi/Manajemen
Jenjang Pendidikan	: Strata 1
Mata Kuliah Pokok	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 24-10-2020 Pembimbing I: **Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E.,M.M**

NIDN : 0016035101

Tanggal 29-10-2020 Pembimbing II : **Kamariah, S.E., M.M**

NIDN : 0221075802

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal :

317/PS/DFE/20

Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si,Ak.CA,CSRS

NIDN : 0205026401

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Daniel Despriansyah
Nomor Pokok	: 1601110068
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 2 September 2020

METERAI TEMPEL
08C5CAHF730294233
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Daniel Despriansyah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- **Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (Q.S Al-Baqarah 216)**

- **Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al-Insyirah 6-7)**

KUPERSEMBAHKAN KEPADA :

- ❖ **Kedua Orang Tua Tercinta**
- ❖ **Seluruh Keluarga Besar**
- ❖ **Teman – Teman di Universitas Tridinanti Palembang**
- ❖ **Almamaterku, Universitas Tridinanti Palembang**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Go–Food* Pada Program *Study* Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang".

Penulis membuat skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah,MP. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial,SE,M.Si,Ak.CA.CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah S.E.,MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E.,M.M selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat diselesaikan.
5. Ibu Kamariah, SE, MM. selaku Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang yang sudah memberikan bantuan.

7. Kepada seluruh Konsumen Go-Food di Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Kepada Orang Tua dan Seluruh Keluarga yang senantiasa memberikan doa dan semangat.
9. Berbagai pihak yang tidak bisa kami tuliskan satu persatu namun berkontribusi membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna, untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan pendidikan kita semua.

Palembang, 21 Agustus 2020

Penulis,

Daniel Despriansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

ABSTRAK xiii

RIWAYAT HIDUP xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis 8

2.1.1 Definisi Manajemen 8
2.1.2 Definisi Pemasaran 9
2.1.3 Manajemen Pemasaran 10
2.1.4 Fungsi Manajemen Pemasaran 10
2.2 Kepuasan Konsumen. 11
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen 11
2.2.2 Indikator Kepuasan Pelanggan 14
2.2.3 Pengukur Kepuasan Pelanggan 15
2.3 Kualitas Pelayanan 18
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan 18
2.3.2 Perspektif Kualitas Pelayanan 20
2.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan 21
2.4 Faktor Lain Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 23
2.5 Penelitian Lain Yang Relevan 24
2.6 Kerangka Berpikir 25
2.7 Hipotesis 25
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 27
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 27
3.2.1 Sumber Data 27
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 28
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling 29
3.3.1 Populasi 29

3.3.2 Sampel 29
3.3.3 Sampling 30
3.4 Rancangan Penelitian 30
3.5 Variabel dan Definisi Operasional 31
3.5.1 Variabel Penelitian 31
3.5.2 Definisi Operasional 31
3.6 Instrumen Penelitian 32
3.7 Teknik Analisis Data 34
3.8 Uji Asumsi Klasik 35
3.9 Uji Normalitas 35
3.10 Uji Regresi Linear Berganda 35
3.11 Uji Hipotesis 36
3.11.1 Uji Parsial (Uji t) 37
3.11.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) 39
3.11.3 Analisis Koefisien Korelasi (R) 39
3.11.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 40
3.12 Langkah dan Jadwal Kerja 41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 42
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Gojek Indonesia 42
4.1.2 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia 43
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia 43
4.2 Pembahasan 47

4.3 Uji Instrumen 49

4.3.1 Uji Validitas 49

4.3.2 Uji Reliabilitas 52

4.4 Analisis Data 53

4.4.1 Uji Asumsi Klasik 53

4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda 54

4.4.3 Koefisien Korelasi 56

4.4.4 Koefisien Determinasi 58

4.5 Pengujian Hipotesis 59

4.5.1 Uji Parsial (Uji t) 59

4.5.2 Uji Simultan (Uji F) 61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 64

5.2 Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 66

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian 5

Tabel 3.2 Variabel dan Definisi Operasional 6

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia 48

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 50

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 52

Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 54

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi 56

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi 59

Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji t) 59

Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F) 62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fungsi Manajemen Pemasaran 11

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir 25

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Gojek 44

Gambar 4.2 Uji Normalitas 53

ABSTRAK

Daniel Despriansyah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Go–Food* Pada Program *Study* Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang, (Di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, S.E., M.M dan Ibu Kamariah, S.E., M.M).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan **Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Go–Food* Pada Program *Study* Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang**. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 76 orang responden. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh penulis dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS Ver.24 pada uji F diperoleh F hitung sebesar (30,702 > 3,12) diketahui bahwa dimensi Kualitas Pelayanan antara bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama – sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Pada PT. Gojek.

Berdasarkan uji t atau uji secara parsial berpengaruh secara signifikan Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* Pada PT. Gojek dengan t hitung 2,297 dengan signifikansi 0,05.

Secara parsial Empati berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan t hitung 5,491 dengan signifikansi 0,01.

Disarankan untuk lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen.

RIWAYAT HIDUP

Daniel Despriansyah, dilahirkan di Palembang tanggal 24 Desember 1994 dari bapak yang bernama Abu Bakar dan Ibu yang bernama Anisdar. Merupakan anak ke 2 (dua) dari 4 (empat) bersaudara. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2006 di SD Negeri 149 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2009 di SMP Negeri 40 Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2012 di SMA Negeri 14 Palembang. Pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin cepat dan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, dapat memudahkan aktivitas manusia. Hal tersebut sejalan dengan istilah revolusi industri 4.0 dimana salah satu cirinya yaitu kemajuan teknologi dan era digitalisasi.

Kemajuan teknologi dan digitalisasi dapat terjadi di berbagai sektor salah satunya pada bisnis *online shop* atau jual-beli secara *online*, tidak hanya melalui situs *website* seperti sebelum-sebelumnya, saat ini seseorang dapat berbelanja melalui media sosial seperti aplikasi instagram dan juga aplikasi jual-beli online yang bisa di download melalui *smartphone*. Melihat tingginya daya kreativitas generasi muda diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia, bisa dikatakan bisnis secara online untuk saat ini termasuk bisnis yang cukup menjanjikan asalkan memiliki daya saing yang cukup.

Memiliki daya saing yang cukup akan sangat berpengaruh dalam menumbuh kembangkan usaha bisnis *online*. Selain pihak pebisnis yang dimudahkan dengan perkembangan teknologi, tentunya konsumen juga

dimudahkan dalam melakukan kegiatan konsumsinya. Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen tertarik melakukan transaksi, tidak hanya dalam bidang penjualan barang saja, dalam bidang jasa pun saat ini sudah bisa dilakukan secara *online*, sebagai contoh yakni aplikasi Gojek yang disediakan untuk ojek *online*.

Perusahaan transportasi *online* yaitu PT. Gojek Indonesia yang didirikan pada tanggal 13 Oktober 2010, merupakan sebuah perusahaan swasta penyedia jasa berbasis teknologi yang bermitra dengan pengendara ojek di beberapa kota di Indonesia, diantaranya Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Bali, Surabaya, Palembang ,dan lain-lain. Sistem manajemen dan operasional Gojek adalah dengan memadukan teknologi modern *startup*. Setiap *driver* Gojek menggunakan *smartphone* dengan aplikasi dan GPS yang selalu aktif, ketika pelanggan memesan jasa melalui aplikasi Gojek, dalam posisi radius 3 km, panggilan tersebut akan menggetarkan *smartphone driver* yang tersambung sampai pada akhirnya pemesanan tersebut dipenuhi.

Gojek adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan transportasi ojek, yang bertujuan untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Gojek merupakan perusahaan yang berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Karena efektifitas tujuan perusahaan ini yang bermitra kepada pengendara ojek yang berpengalaman semakin baik dan meningkatnya peminat pelanggan sehingga Gojek dikembangkan di kota-kota besar lainnya seperti khususnya daerah Jabodetabek, Bandung, Medan, Surabaya, Bali dan kota-kota lainnya.

Kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah di Indonesia. Beberapa efek positif yang diberikan Gojek pada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung hemat, efisiensi waktu perjalanan, pemesanan yang mudah dan praktis, keamanan yang terjaga saat menjadi penumpang, dan mendapat pelayanan yang sopan. Efek positif tersebut sangat diapresiasi oleh masyarakat, bahkan dalam kesempatan saat di wawancara oleh stasiun televisi, Presiden Republik Indonesia mendukung Gojek untuk beroperasi dan memberikan manfaat bagi pengguna aplikasi tersebut (Fazri, S. 2015:11).

Selain dengan harga yang sangat terjangkau dan pemesanan yang mudah, PT. Gojek Indonesia juga memberikan layanan lain selain *Go-Ride* (jasa antar penumpang), yaitu *Go-Send* (jasa antar barang), *Go-Food* (jasa pemesanan pengiriman makanan), *Go-Mart* (jasa pembelian barang yang dibutuhkan konsumen), *Go-Box* (jasa pemesanan mobil pick-up untuk membawa banyak barang), *Go-Clean* (jasa pembersihan rumah), *Go-Glam* (jasa kecantikan), dan *Go-Massage* (jasa pemijatan). Layanan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia diminati oleh banyak masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pengunduh aplikasi Gojek yang sudah mencapai 5,5 juta app download, dan pihak Gojek memiliki target pada tahun 2016 aplikasi Gojek diunduh sebanyak sepuluh juta kali.

PT. Gojek Indonesia terus mengembangkan bisnis dan layanannya dengan menghadirkan fitur-fitur terbaru. Kali ini sektor atau bidang yang ditarget adalah jasa pesan-antar makanan *(Go-Food). Go-Food* diluncurkan di Indonesia

pada bulan Maret 2015, kini sudah memiliki 100 ribu merchant di 50 kota. Dari 100 ribu *merchant* itu 20% diantaranya tempat yang paling banyak di order merupakan *franchise* makanan.

Go-Food merupakan layanan pemesanan antar-jemput makanan online dari aplikasi gojek. Layanan *Go-Food* dibuat untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan untuk memesan makanan tanpa harus datang langsung ke tempat penjual makanan yang diinginkan. Layanan *Go-Food* sangat menunjang khususnya di kota-kota besar. Banyak di kalangan mahasiswa/i serta pekerja yang menghabiskan waktu dalam menjalankan aktivitasnya sehingga malas untuk keluar membeli makanan dan menggunakan layanan *Go-Food* di ojek *online*.

Konsumen merupakan satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Bila konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mengakibatkan konsumen tersebut akan kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*), dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan memiliki konsumen yang loyal.

Usaha untuk membuat konsumen tetap loyal terhadap layanan *Go-Food* maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa terpuaskan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan

yang puas akan layanannya, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan.

Ditinjau dari latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* pada Program *Study* Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang".**

1.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang ditinjau dari latar belakang di atas antara lain sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
2. Apakah ada pengaruh bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
3. Apakah ada pengaruh kehandalan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
4. Apakah ada pengaruh daya tanggap secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
5. Apakah ada pengaruh jaminan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?

6. Apakah ada pengaruh empati secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan berapa besar bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan berapa besar bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan berapa besar kehandalan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
4. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan berapa besar daya tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
5. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan berapa besar jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?
6. Untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan berapa besar empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *Go-Food* di Universitas Tridinanti Palembang?

Berdasarkan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

   Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran jasa serta mampu menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah diperoleh.

2. Bagi perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan untuk semakin meningkatkan pelayanan kepada konsumen *Go-Food*.

3. Bagi Almamater

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa dan sebagai informasi yang berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.

H.M. Syahirman Yusi dan Umiyati Idris, 2009, *Metodelogi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Citrabooks Indonesia

Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.

Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler dan Philip. (2011). Manajemen *Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.

Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif* (edisi 7). Jakarta : Erlangga

Mardikawati, W & Farida, N. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 2(1).

Priangani, A. 2013. *Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global*. Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No.4 Juli 2013. ISSN: 2089-5917.

Rahayu, B. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Dosen Kewirausahaan dan Agribisnis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana.

Rangkuti, F. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Penerbit Gramedia.

Saladin, D. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Pt. Linda Karya.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen*, C.V Andi Offset.

Sani, Achmad & Vivin Maharani. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisioner dan Analisis Data).* Malang :UIN MALIKI Press. Cetakan Ke-2.

Sanjaya, U., & Klemens, W. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Penonton Untuk Menonton Film*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. Vo. 18. No. 1. ISSN: 1410-9875.

Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Komputindo.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantatif, Kualitatif dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Syamsuddin. 2017. *Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. Jurnal Idaarah, Vol. I, No. 1, Juni 2017.

Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono, F. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zulian, Yamit, 2010, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Vol. Edisi Pertama, EKONISIA, Yogyakarta