

Peranan Kolektor Keliling terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Lembaga Perkreditan Desa Pakraman Renon

WAYAN DISNUYANA, I MADE SUDARMA*,
I DEWA GEDE RAKA SARJANA

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana

Jl. PB. Sudirman Denpasar 80321 Bali

Email: disnuyanawayan@gmail.com

* sudarmaimade@yahoo.com

Abstract

The Role of Collectors in Increasing Customer Satisfaction and Loyalty in Pakraman Village Credit Institution, Renon

Pakraman Renon Village Credit Institution (LPD) was only able to attract as many as 21.7% clients until September 2018. In addition, there is increasing competition between financial institutions in the village. Therefore, LPD Pakraman Renon is trying to be more proactive in managing its market and optimizing its service system, one of which is by attracting customer interest. This study aims to determine the role of mobile collectors in customer satisfaction and loyalty toward LPD Pakraman Renon. The number of samples in this study were 80 respondents. Data collection was carried out by interviewing, distributing questionnaires, and through literature study. This research uses descriptive analysis techniques and SEM-PLS analysis. The results show that (1) collector service quality has a significant effect on customer satisfaction at LPD Pakraman Renon, (2) satisfaction has a significant effect on customer loyalty at LPD Pakraman Renon, (3) collector service quality has no effect on customer loyalty at LPD Pakraman Renon, (4) collector service quality has a significant effect on customer loyalty through satisfaction as a mediation at LPD Pakraman Renon. The management of LPD Pakraman Renon should improve the quality of collector services in order to improve customer satisfaction.

Keywords: *collector service quality, customer satisfaction, customer loyalty*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan lembaga keuangan yang berbasis adat yang mengadopsi konsep sekaa yang telah tumbuh lama di Bali (Sucipta, dkk 2015). Salah satu LPD yang terdapat di daerah Bali adalah LPD Pakraman Renon yang dikukuhkan pada tanggal 25 Februari 1987.

LPD Pakraman Renon sampai dengan bulan September 2018 memiliki jumlah nasabah sebanyak 3.840 (Dokumen LPD Pakraman Renon, 2018), jika

dibandingkan dengan jumlah penduduk Desa Renon pada Tahun 2010 berjumlah 17.703 orang (BPS Kota Denpasar, 2020), LPD Pakraman Renon hanya mampu menarik nasabah sebesar 21,7% dan masih terdapat 78,3% penduduk Desa Renon yang belum menjadi nasabah di LPD Pakraman Renon. Melihat hal ini, maka LPD Pakraman Renon harus segera melakukan upaya dalam meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk dan jasa di LPD Pakraman Renon. Selain itu persaingan antar lembaga keuangan di Desa Renon saat ini semakin ketat, hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.
Jumlah Lembaga Keuangan di Desa Renon 2019

Jenis Lembaga Keuangan	Jumlah
Bank umum pemerintah	2
Koperasi simpan pinjam (Kospin)	9
Total	11

Sumber: BPS Kota Denpasar, 2020

Berdasarkan Tabel 1 di atas pada Tahun 2019 terdapat 11 lembaga keuangan di Desa Renon. Lembaga keuangan lainnya menawarkan produk mereka kepada masyarakat cukup beragam dengan tingkat suku bunga yang beragam pula, di tambah efek dari perkembangan teknologi saat ini menyebabkan semakin maraknya fintech yang berkembang, berdasarkan data dari OJK sampai dengan 19 Februari 2020 total jumlah penyelenggara fintech terdaftar dan berizin adalah sebanyak 161 perusahaan, hal ini juga semakin memperburuk keadaan.

Upaya dalam menarik minat nasabah dan untuk menghadapi tingginya tingkat persaingan antar lembaga keuangan menuntut LPD Pakraman Renon untuk lebih proaktif menggarap pasarnya dan lebih mengoptimalkan sistem pelayanannya. Hal tersebut didukung oleh Wendha (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Gulla (2015) juga menyatakan kualitas pelayanan adalah unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen.

Salah satu pelayanan yang harus lebih dioptimalkan oleh manajemen LPD Pakraman Renon adalah pelayanan kolektor keliling, karena petugas kolektor mempunyai tugas yang strategis yaitu melayani nasabah dengan sistem jemput bola atau mendatangi kerumah-rumah maupun tempat usaha milik nasabah yang ingin melakukan transaksi menabung. Selain itu tugas dari kolektor juga sebagai marketing yaitu menawarkan produk-produk dari LPD Pakraman Renon secara langsung kepada nasabah maupun masyarakat.

Mengoptimalkan pelayanan kolektor keliling diharapkan dapat meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga dapat menciptakan

kepuasan. Salah satu faktor penting untuk memperoleh kepuasan pelanggan adalah melalui hubungan yang baik antara karyawan dan nasabah (Levesque dan McDougall *dalam* Siddiqi, 2011). Menurut Suryanto, dkk (2002) menyatakan bahwa salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri jasa perbankan yaitu dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Karena dengan kepuasan yang semakin tinggi diharapkan nasabah akan menjadi semakin loyal, yaitu dengan terus menggunakan jasa perbankan pada bank yang bersangkutan.

Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan pasar yang ketat (Wendha, 2013). Ini menunjukkan betapa pentingnya loyalitas nasabah bagi LPD Pakraman Renon. Lebih baik menjaga pelanggan yang sudah ada, sebelum memperoleh pelanggan baru (Walsh et al. 2005). Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian tentang peranan kolektor keliling terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan kolektor terhadap kepuasan nasabah di LPD Pakraman Renon ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai mediasi di LPD Pakraman Renon ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kolektor terhadap kepuasan nasabah di LPD Pakraman Renon.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai mediasi di LPD Pakraman Renon.

2. Metode Penelitian

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2020. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di LPD Pakraman Renon yang terletak di Jl. Tukad Badung, Kelurahan Renon, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar.

2.2 Data dan Metode Pengumpulan Data

2.2.1 Jenis dan sumber data

Jenis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah struktur organisasi dan sejarah LPD Pakraman Renon. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah hasil jawaban pernyataan-pernyataan kuisioner dari responden.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan skunder. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban kuisioner dari responden. Data skunder penulis cari melalui studi pustaka dengan membaca dokumen-dokumen, jurnal, hasil penelitian sebelumnya yang terkait yang dapat mendukung penelitian ini.

2.2.2 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuisioner dan studi pustaka.

2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah LPD yang menggunakan jasa kolektor dalam bertransaksi yaitu berjumlah 285 nasabah. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 80 responden dengan pertimbangan bahwa ukuran sampel lima kali dari jumlah indikator yang ada ($5 \times 16 = 80$ responden).

2.4 Variabel Penelitian dan Metode Analisis Data

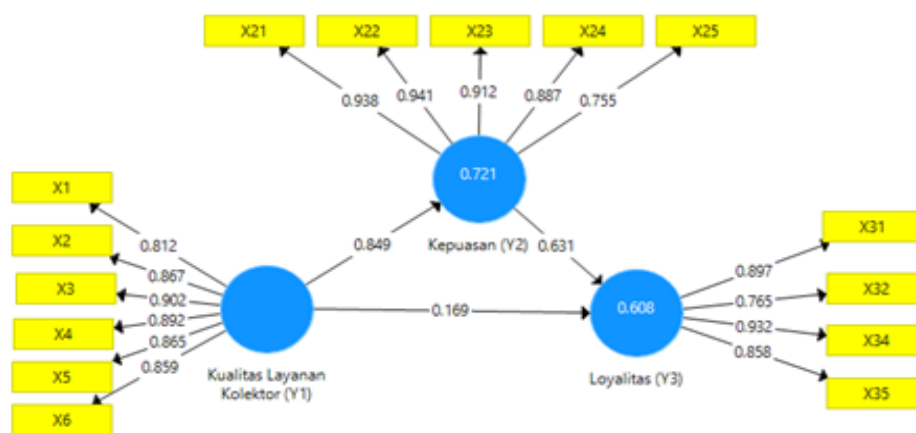
Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua antara lain, variabel *eksogen* yaitu kualitas layanan kolektor (Y1), serta variabel *endogen* yaitu kepuasan (Y2) dan loyalitas (Y3). Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Peranan Kolektor Keliling terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Lembaga Perkreditan Desa Pakraman Renon

3.1.1 Evaluasi model pengukuran (outer model)

Uji validitas dibagi menjadi dua yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Uji validitas konvergen dapat dilakukan dengan melihat nilai *loading factor*. Berdasarkan hasil analisis data pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* dari masing-masing variabel laten memiliki nilai lebih besar dari pada 0,7 sehingga data dapat dikatakan valid secara konvergen.



Gambar 1.
Nilai Loading Factor

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai kriteria fornell-larcker. Data dapat dikatakan valid secara diskriminan jika nilai menunjukkan bahwa korelasi antar akar AVE tiap konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya.

Tabel 2.
Kriteria Fornell-Larcker

	Kualitas Layanan Kolektor (Y1)	Kepuasan (Y2)	Loyalitas (Y3)
Kualitas Layanan Kolektor (Y1)	0.867		
Kepuasan (Y2)	0.849	0.889	
Loyalitas (Y3)	0.705	0.774	0.865

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa korelasi antar akar AVE tiap konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian valid secara diskriminan.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha*, data dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7.

Tabel 3.
Nilai Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan Kolektor (Y1)	0.934	Reliabel
Kepuasan (Y2)	0.932	Reliabel
Loyalitas (Y3)	0.887	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan analisis pada tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga data dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

3.1.2 Evaluasi model struktural (inner model)

Evaluasi model struktural bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Evaluasi model struktural dilakukan dengan melihat nilai R^2 , Q^2 , GoF, dan *p-value* untuk menguji hipotesis.

Tabel 4.
Hasil Uji *R-square*

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Kepuasan (Y2)	0.721	0.717
Loyalitas (Y3)	0.608	0.598

Sumber: Data primer diolah, 2020

1. *R-square* yaitu besarnya varian variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Chin (1998) dalam Ghozali (2014) menjelaskan kriteria batasan nilai R^2 ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai kuat; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah. Berdasarkan Tabel 4 di atas diperoleh nilai *R-square* untuk variable kualitas layanan kolektor berpengaruh kuat terhadap kepuasan yaitu sebesar 0,721. Nilai *R-square* untuk variabel kualitas layanan kolektor dan kepuasan berpengaruh moderat terhadap loyalitas yaitu sebesar 0,608.
2. *Q-square* digunakan untuk mengetahui apakah variabel laten eksogen memiliki relevansi prediktif terhadap variabel laten endogen. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2014). Perhitungan *Q-square* dapat dilihat sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - [(1 - R_1^2) (1 - R_2^2)]$$

$$Q^2 = 1 - [(1 - 0,721) (1 - 0,608)]$$

$$Q^2 = 0,89$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh nilai *Q-square* sebesar 0,89 lebih dari 0 dan mendekati 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance* atau menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik.

3. GoF digunakan untuk menilai kelayakan model persamaan struktural secara utuh. Menurut Tenenhaus (2004) dalam Hussein (2015), nilai GoF *small* = 0,1, GoF *medium* = 0,25 dan GoF *big* = 0,38. Perhitungan GoF dapat dilihat sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$GoF = \sqrt{0.76 \times 0.66}$$

$$\text{GoF} = 0,71$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh nilai GoF sebesar 0,71, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai GoF dalam penelitian ini termasuk dalam kategori besar dan model yang dibentuk adalah fit (sesuai).

3.1.3 Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses evaluasi hipotesis, dimana hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak. Kriteria pengujiannya yaitu: hipotesis diterima apabila nilai *p-value* < taraf signifikan 0,05 (5%), dan sebaliknya.

Tabel 5.
Hasil Uji Pengaruh Langsung

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	T	<i>Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Layanan Kolektor (Y1) -> Kepuasan (Y2)	0.849	0.848	0.030	28.216		0.000
Kepuasan (Y2) -> Loyalitas (Y3)	0.631	0.622	0.124	5.068		0.000
Kualitas Layanan Kolektor (Y1) -> Loyalitas (Y3)	0.169	0.181	0.123	1.372		0.171

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil *bootstrapping* pada Tabel 5 diperoleh nilai *p-value* untuk masing-masing variabel yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai *p-value* variabel kualitas layanan kolektor terhadap kepuasan sebesar ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan kolektor berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan kolektor maka nasabah semakin merasa puas terhadap layanan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2018) meningkatnya kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Nilai *p-value* variabel kepuasan terhadap loyalitas sebesar ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan nasabah maka semakin tinggi juga loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2018) kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Nilai *p-value* variabel kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas sebesar ($0,171 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan kolektor tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Hal ini berarti bahwa semakin baiknya kualitas layanan kolektor secara langsung tidak membuat nasabah menjadi loyal kepada LPD Pakraman Renon. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2018) pelanggan tidak bisa loyal

kepada perusahaan apabila pelanggan tersebut belum merasakan kepuasan terlebih dahulu.

Tabel 6.
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

			<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Layanan Kolektor (Y1)	->	0,536	0.531	0.101	5.303	0.000	
Kepuasan Nasabah (Y2)	->						
Loyalitas (Y3)							

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil *bootstrapping* pada Tabel 6 diperoleh nilai *p-value* yang dijelaskan Nilai *p-value* variabel kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai mediasi sebesar ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan kolektor berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai mediasi. Hal ini membuktikan bahwa ketika kualitas layanan kolektor meningkat maka hal tersebut secara langsung akan menciptakan kepuasan nasabah yang akhirnya mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2010) dalam Kusuma (2018) menunjukkan kualitas pelayanan dimediasi penuh oleh kepuasan konsumen untuk berpengaruh terhadap loyalitas.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu nilai *p-value* variabel kualitas layanan kolektor terhadap kepuasan sebesar ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan kolektor berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di LPD Pakraman Renon. Nilai *p-value* variabel kepuasan terhadap loyalitas sebesar ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon. Nilai *p-value* variabel kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas sebesar ($0,171 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan kolektor tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di LPD Pakraman Renon. Nilai *p-value* variabel kualitas layanan kolektor terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai mediasi sebesar ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan kolektor berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai mediasi di LPD Pakraman Renon.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disarankan bagi LPD Pakraman Renon dan bagi peneliti selanjutnya yaitu bagi LPD Pakraman Renon kualitas

layanan kolektor terus ditingkatkan salah satunya dengan cara menerapkan standar kualitas layanan kolektor, yaitu fasilitas petugas kolektor yang lengkap dalam melakukan transaksi, kompetensi petugas kolektor dapat dipercaya, penampilan petugas kolektor yang rapi, petugas kolektor yang ramah dalam melayani, petugas kolektor cepat dalam melayani transaksi, dan petugas kolektor melayani tepat janji. Bagi LPD Pakraman Renon kepuasan nasabah terus ditingkatkan salah satunya dengan cara meningkatkan pelayanan kolektor sesuai janji dan meningkatkan penampilan fasilitas fisik kolektor, karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua indikator ini mendapatkan nilai loading faktor paling rendah untuk mengukur kepuasan nasabah. Bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel eksogen yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini seperti kepercayaan nasabah dan kualitas produk, serta populasi penelitian diharapkan seluruh nasabah LPD Pakraman Renon sehingga penelitian yang akan datang lebih sempurna.

5. Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atau Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penelitian ini dapat diselesaikan. Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil dalam proses penyelesaian penelitian.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kota Denpasar. 2020. Banyaknya Sarana Lembaga Keuangan Yang Beroperasi Menurut Desa/Kelurahan dan Jenisnya di Kecamatan Denpasar Selatan 2019. Badan Pusat Statistik, Denpasar.
- Dokumen Laporan Akhir Tahun 2018 Lembaga Perkreditan Desa Pakraman Renon.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gulla, R., Sem. G. O., dan Ferdy. R. 2015. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. *Jurnal EMBA*. Vol 3 No 1.
- Hussein, A. S. 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smart PLS 3.0. Tersedia online di <file:///C:/Users/Windows%208.1/Downloads/Modul-PLSSmartPLS.pdf> (diakses 10 Agustus 2020).
- Kusuma, E.C. 2018. Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator Studi Pada PT. KAI Kota Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 5 No 1.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. Penyelenggara Fintech Terdaftar dan Berizin di OJK Per 19 Februari 2020. Tersedia online di <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Penyelenggara-Fintech-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-19-Februari-2020.aspx> (diakses 10 Agustus 2020).
- Siddiqi, K. O. 2011. Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International*

- Journal of Business and Management*. Vol. 6, No. 3, pp. 12-36.
- Sucipta, G., I Made Agus. W., dan I Ketut Resika Arthana. 2015. Pengembangan Aplikasi Simpan Pinjam Perkreditan Desa Berbasis Android Di LPD Desa Pemaron. *KARMAPATI*. Vol 4, No 4.
- Suryanto, L., Sugiyanto, F.X., dan Sugiarti. 2002. Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan Untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Empiris Pada Kantor Cabang BRI Semarang-Pattimura). *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol 9, pp 33-46, ISSN 1410-1246.
- Walsh, G., Groth, M., dan Wiedmann, K.P. 2005. An Examination of Consumers' Motives to Switch Energy Suppliers. *Journal of Marketing Management*. Vol. 21, pp. 421-440.
- Wendha, A. A. A. A. P., I Ketut, R., dan I. G. A. K. Suasana. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*. Vol 7, No 1.