

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA UD. DEWA PUTU
TORIS GIANYAR**

Oleh
Dewa Putu Gede Wedha Anggarayana¹
Komang Agus Satria Pramudana²

¹Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: wedhaanggarayana@yahoo.com/ telp: +6281338523333

²Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada UD. Dewa Putu Toris Gianyar. Penelitian ini dilakukan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar, yang beralamat di Br. Tengah, Batuan, Sukawati, Gianyar - Bali. Variabel bebas yang diteliti adalah kualitas layanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 140 responden, yang diambil berdasarkan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis *Structural Equation Modelling* atau SEM. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: 1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada UD. Dewa Putu Toris Gianyar bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the quality of services consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction and customer loyalty in UD. Dewa Putu Toris Gianyar. The research was conducted in UD. Dewa Putu Toris Gianyar, which is located at Br. Tengah, Batuan, Sukawati, Gianyar - Bali. The variables studied were the quality of service, namely tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy. The second variables are customer satisfaction and customer loyalty. Accidental sampling technique used to get 140 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modelling or SEM. The results showed that: 1) The quality of services has a positive and significant impact on customer satisfaction UD. Dewa Putu Toris Gianyar. 2) The quality of services has a positive and not significant impact on customer loyalty UD. Dewa Putu Toris Gianyar. 3) The customer satisfaction has a positive and significant impact on customer loyalty UD. Dewa Putu Toris Gianyar. The results of this study are to provide a feedback for UD. Dewa Putu Toris Gianyar that quality of services consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy has impact on customer satisfaction and the customer satisfaction will create the customer loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dimana kondisi persaingan sangat kompetitif, yang menjadi prioritas dalam perusahaan salah satunya adalah kepuasan pelanggan agar perusahaan mampu mempertahankan pelanggan, bersaing dan menguasai pasar. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya menguntungkan bagi perusahaan.

Perkembangan kunjungan pelanggan pada UD. Dewa Putu Toris Gianyar yang diuraikan selama 5 (lima) tahun 2007-2011, dapat diketahui bahwa pelanggan yang paling mendominasi datang berasal dari Eropa selama kurun waktu 5 tahun sebanyak 6.657 orang, selanjutnya pelanggan berasal dari Negara USA (Amerika) sebanyak 4.437 orang dan 2.958 orang berasal dari Asia dan sisanya sebanyak 738 orang adalah pelanggan yang berasal dari Indonesia sendiri atau domestik.

Pihak pimpinan UD. Dewa Putu Toris Gianyar melakukan evaluasi yang sederhana yaitu setiap pelanggan yang datang selalu mengisi *customer comment* dengan penekanan pada dimensi kualitas pelayanan. Adapun tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar pada periode bulan Januari – Desember 2011 dapat dijelaskan bahwa jumlah pelanggan yang merasa sangat tidak puas terhadap tingkat kualitas pelayanan UD. Dewa Putu Toris Gianyar adalah sebanyak 146 orang. Jumlah pelanggan yang

merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan UD. Dewa Putu Toris Gianyar adalah sebanyak 248 orang. Jumlah pelanggan yang merasa cukup puas terhadap kualitas pelayanan UD. Dewa Putu Toris Gianyar adalah sebanyak 877 orang. Jumlah pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan UD. Dewa Putu Toris Gianyar adalah sebanyak 871 orang. Jumlah pelanggan yang merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan UD. Dewa Putu Toris Gianyar adalah sebanyak 918 orang. Jadi tingkat kualitas pelayanan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar pada periode bulan Januari-Desember 2011 adalah tinggi.

Pada periode Januari – Desember 2011 UD. Dewa Putu Toris Gianyar menerima keluhan dari pelanggan yang ditulis melalui *customer comment*, terlihat adanya rata-rata jumlah keluhan pelanggan UD. Dewa Putu Toris Gianyar tiap bulannya sebanyak 33 orang. Dari 33 orang yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak UD. Dewa Putu Toris Gianyar menyampaikan kekurangpuasannya dengan memberikan keluhan. Dari kelima dimensi keluhan yang digunakan untuk mengetahui keluhan konsumen dimensi kehandalan yang paling banyak mendapat keluhan dari konsumen sebanyak 109 orang dalam waktu dua belas bulan. Adanya keluhan ini dapat digunakan sebagai indikator pengukuran kepuasan dan kepentingan konsumen yang didapat dari UD. Dewa Putu Toris Gianyar selama ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar?; 2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar?; dan 3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar?.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar, yang beralamat di Br. Tengah, Batuan, Sukawati, Gianyar – Bali, no. telepon : +62 361 298530 dan fax : +62 361 295743. Objek penelitian hanya pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada UD. Dewa Putu Toris Gianyar dijadikan sebagai objek penelitian.

Variabel independen berupa kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu 1) Bukti fisik (X_1) yang diukur dari indikator peralatan UD. Dewa Putu Toris modern ($X_{1.1}$), lokasi UD. Dewa Putu Toris yang strategis ($X_{1.2}$), karyawan UD. Dewa Putu Toris berpenampilan menarik ($X_{1.3}$) dan brosur yang menginformasikan produk UD. Dewa Putu Toris disediakan dengan lengkap ($X_{1.4}$); 2) Keandalan (X_2) yang diukur dari indikator karyawan UD. Dewa Putu Toris menguasai prosedur pelayanan ($X_{2.1}$), karyawan UD. Dewa Putu Toris bersungguh-sungguh membantu masalah pelanggan ($X_{2.2}$), jadwal buka UD. Dewa Putu Toris tepat ($X_{2.3}$) dan karyawan UD Dewa Putu Toris menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan ($X_{2.4}$); 3) Daya tanggap (X_3) yang diukur dari indikator karyawan UD. Dewa Putu Toris memberikan pelayanan dengan tepat ($X_{3.1}$), karyawan UD. Dewa Putu Toris memberikan pelayanan dengan cepat ($X_{3.2}$), karyawan UD. Dewa Putu Toris sigap dalam menindaklanjuti keluhan ($X_{3.3}$) dan karyawan UD. Dewa Putu Toris memiliki kemauan untuk melayani pelanggan ($X_{3.4}$); 4) Jaminan (X_4) yang diukur dari indikator perilaku karyawan UD. Dewa Putu Toris membuat para pelanggan mempercayai mereka ($X_{4.1}$), pelanggan merasa aman dalam bertransaksi di UD. Dewa Putu Toris ($X_{4.2}$),

karyawan UD. Dewa Putu Toris bersikap sopan secara konsisten terhadap pelanggan ($X_{4.3}$) dan karyawan menguasai produk-produk yang ditawarkan UD. Dewa Putu Toris ($X_{4.4}$); 5) Empati (X_5) yang diukur dari indikator karyawan UD. Dewa Putu Toris senantiasa mengingat nama pelanggan ($X_{5.1}$), UD. Dewa Putu Toris memiliki jam operasi yang nyaman bagi semua pelanggannya ($X_{5.2}$), UD. Dewa Putu Toris selalu mengutamakan kepentingan para pelanggan ($X_{5.3}$) dan karyawan tahu apa yang dibutuhkan pelanggan ($X_{5.3}$).

Variabel dependen terdiri dari dua yaitu 1) Kepuasan pelanggan (Y_1) dengan indikator saya puas karena memperoleh pelayanan sesuai harapan ($Y_{1.1}$), saya puas terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan UD. Dewa Putu Toris ($Y_{1.2}$), saya memperoleh manfaat kemudahan bertransaksi selama di UD. Dewa Putu Toris ($Y_{1.3}$) dan saya akan merekomendasi produk dan jasa yang ada di UD. Dewa Putu Toris ($Y_{1.4}$); 2) Loyalitas pelanggan (Y_2) dengan indikator saya akan tetap loyal untuk membeli produk pada UD. Dewa Putu Toris ($Y_{2.1}$), saya akan merekomendasi ke orang lain untuk berkunjung ke UD. Dewa Putu Toris ($Y_{2.2}$), saya akan menginformasikan produk yang ditawarkan UD. Dewa Putu Toris kepada orang lain ($Y_{2.3}$) dan saya akan mengatakan hal yang positif mengenai UD. Dewa Putu Toris ($Y_{2.4}$).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan UD. Dewa Putu Toris Gianyar yang datang berkunjung dan melakukan transaksi. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Ukuran sampel dalam penelitian dapat ditentukan dengan perhitungan 5 sampai 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan 28 indikator sehingga banyaknya

responden yang diambil sebagai sampel adalah $5 \times 28 = 140$ orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa dari 28 indikator yang digunakan, 25 indikator secara *univariate* data menyebar dengan normal yaitu memiliki nilai diantara -2,58 sampai 2,58 sedangkan 3 indikator yaitu $X_{5,3}$, $X_{3,2}$ dan $X_{2,4}$ tidak normal karena memiliki nilai *c.r* diatas 2,58. Pengujian *multivariate* dilakukan dengan menghitung nilai koefisien kurtosis *multivariate*. Hasilnya nilai koefisien *multivariate* sebesar 27,992. Hal ini mengindikasikan pengujian secara multivariat tidak memenuhi syarat normalitas karena angka *multivariate* diatas 2,8.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Berdasarkan uji validitas indikator konstruk kualitas layanan diperoleh nilai Chi-square 326,883 dengan probabilitas 0,000 walaupun nilai GFI 0,809; AGFI 0,757; CFI 0,892 dan TLI 0,875 masih dibawah nilai yang direkomendasikan, namun kriteria fit lainnya cukup baik untuk menunjukkan model fit yaitu RMSEA 0,084 dan CMINDF 1,981. Hasil tersebut menunjukkan dan memberikan isyarat bahwa dimensi-dimensi tersebut secara signifikan merupakan dimensi dari konstruk kualitas layanan (Ghozali, 2005).

Berdasarkan uji validitas indikator konstruk kepuasan pelanggan diperoleh nilai 0,110 Chi-square 5,389 dengan probabilitas 0,068 walaupun nilai CMINDF

2,694 dan RMSEA masih dibawah nilai yang direkomendasikan, namun kriteria fit lainnya cukup baik untuk menunjukkan model fit yaitu nilai AGFI 0,901; CFI 0,990; TLI 0,971 dan GFI 0,980. Hasil tersebut menunjukkan dan memberikan isyarat bahwa indikator-indikator tersebut secara signifikan merupakan indikator dari konstruk kepuasan pelanggan (Ghozali, 2005).

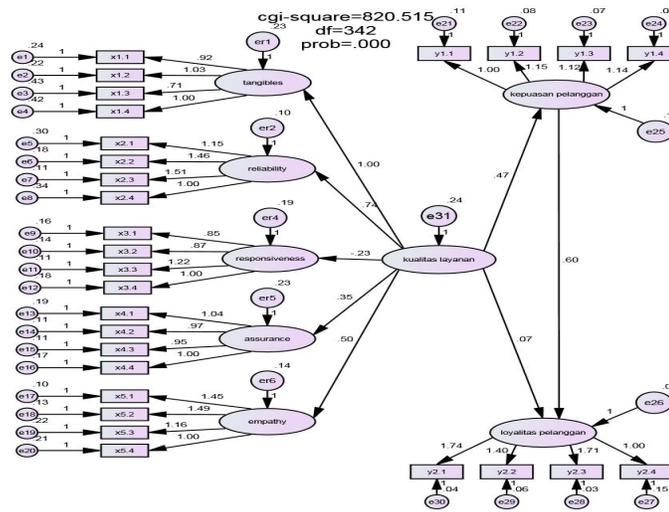
Berdasarkan uji validitas indikator konstruk loyalitas pelanggan diperoleh nilai Chi-square 15,987 dengan probabilitas 0,000 walaupun nilai AGFI 0,755; TLI 0,922; RMSEA 0,224 dan CMINDF 7,994 masih dibawah nilai yang direkomendasikan, namun kriteria fit lainnya cukup baik untuk menunjukkan model fit yaitu nilai GFI 0,973 dan CFI 0,995. Hasil itu menunjukkan dan memberikan isyarat bahwa indikator-indikator tersebut secara signifikan merupakan indikator variabel loyalitas pelanggan.

Berdasarkan *standardized loading* dan *measurement error* untuk setiap indikator, maka dapat diketahui konstruk reliabilitas (*construct reliability*) semua konstruk reliabel, karena nilai yang ditunjukkan dari hasil perhitungan reliabilitas telah memenuhi persyaratan, yaitu di atas 0,7 (Ferdinand, 2002). Hal ini berarti bahwa semua daftar pertanyaan (kuesioner) dari masing-masing variabel adalah reliabel. Dengan demikian, maka daftar pertanyaan seluruh indikator adalah reliabel untuk mengukur masing-masing variabel.

Analisis Model Persamaan Struktural (SEM)

Model persamaan struktural mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar" disajikan pada Gambar 1 sebagai berikut.

Gambar 1 Structural Equation Model



Sumber : Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Kesesuaian Model (Goodness-of-fit-Test)

Hasil uji goodness-of-fit overall model kualitas layanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan disajikan dalam Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Goodness-of-fit overall

	<i>Cut-off Value</i>	Hasil Uji	Keterangan
χ^2 - Chi- Square	Diharapkan nilai lebih kecil	820,515	Kurang Baik
<i>Significance Probability</i>	$\geq 0,05$	0,000	Kurang Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,998	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,729	Kurang Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,678	Kurang Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,812	Kurang Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,830	Kurang Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,100	Kurang Baik

Sumber : Hasil Analisis Data

Hasil uji kesesuaian model menunjukkan bahwa dari delapan kriteria goodness-of-fit yang dijadikan sebagai cutt-off ternyata tujuh kriteria yang

terindikasi kurang baik yakni Chi-square, Probability, RMSEA, TLI , GFI, AGFI dan CFI, sedangkan satu kriteria lainnya yaitu CMINDF, terindikasi baik. Artinya model hipotetik didukung oleh data empirik.

2. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis SEM maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis 1: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar.

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur 0,557 arah positif dan p-value 0,000. Karena p-value $< 0,05$, maka kualitas layanan terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bisa diterima dan dapat dibuktikan.

Hipotesis 2: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar.

Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur 0,101 arah positif dan p-value 0,275. Dengan demikian karena p-value $> 0,05$, maka kualitas layanan tidak terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tidak bisa diterima dan tidak dapat dibuktikan.

Hipotesis 3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar.

Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur 0,723 arah positif dan p-value 0,000. Karena p-value < 0,05, maka kepuasan pelanggan terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bisa diterima dan dapat dibuktikan.

3. Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten

Setelah terbukti ada hubungan kausalitas yang signifikan antar variabel laten (kualitas layanan dan *kepuasan pelanggan*, kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan), selanjutnya dijelaskan mengenai pengaruh langsung antar variabel laten sebagai berikut. Pengaruh langsung antar variabel laten meliputi: pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,557. sedangkan variabel kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan hanya sebesar 0,101. Secara praktis hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik kualitas layanan UD. Dewa Putu Toris, maka kepuasan pelanggan pada UD. Dewa Putu Toris akan semakin meningkat.

Pengaruh langsung variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas adalah sebesar 0,723. Secara praktis dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan UD. Dewa Putu Toris Gianyar,

maka loyalitas pelanggan pada UD. Dewa Putu Toris Gianyar akan semakin meningkat.

Hasil pengukuran pengaruh langsung antar variabel laten menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang lebih besar terhadap kepuasan dibandingkan dengan pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung lebih besar terhadap loyalitas pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan lebih ditentukan oleh kualitas layanan yang didapat dan loyalitas pelanggan lebih ditentukan oleh kepuasan pelanggan yang diperolehnya dari UD. Dewa Putu Toris.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hipotesis satu dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan UD. Dewa Putu Toris berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan di tempat tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrawati (2011); Kuswanto (2009); Yasa (2009), Rozario (2010), (2010), Nada (2012) dan Sanjiv dan Rajat (2012) yang menyatakan bahwa, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis kedua dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan UD. Dewa Putu Toris berpengaruh tidak signifikan pada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kresnamurti (2011), kualitas pelayanan yang diberikan Snowbay Waterpark TMII terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan UD. Dewa Putu Toris. Hasil studi ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugiharto (2007), Kumar (2010), Yungkun (2007), Hazra (2009), Pooja (2009), Indra (2009), Selmi (2007), Lonial (2010), Samar (2011) dan Herry (2008) yang menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar. Kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat dengan kualitas layanan yang diberikan UD. Dewa Putu Toris Gianyar.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan pada loyalitas pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Dewa Putu Toris Gianyar. Loyalitas pelanggan akan tercipta apabila UD. Dewa Putu Toris dapat memuaskan pelanggannya.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis

Setelah dilakukan beberapa pengujian variabel kualitas layanan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Dewa Putu Toris Gianyar. Hal ini merupakan suatu peluang yang bisa dimanfaatkan oleh UD. Dewa Putu Toris untuk lebih meningkatkan segala dimensi-dimensi yang berhubungan dengan kualitas layanan seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati untuk dapat memuaskan pelanggan guna terciptanya loyalitas pelanggan.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini hanya terbatas menggunakan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen.

DAFTAR RUJUKAN

- Ferdinand Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling*. Dalam Penelitian Manajemen. Semarang: BP UNDIP.
- Ferdinand Augusty. 2006. *Structural Equation Modeling*. Edisi ke 4. Semarang: BP Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hazra & Srivastava. 2009. Impact of Service Quality on Customer Loyalty, Commitment and Trust in the Indian Banking Sector. *International journal of marketing management*, 8, pp: 75-95.
- Herry Sussanto. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Kebunku Nurseyr. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 13 (1): h: 59-68.
- Indra. 2009. Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan Pada Loyalitas Pelanggan Pada Warnet Metro, Denpasar Selatan. *Skripsi* Tidak dipublikasikan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Denpasar.
- Indrawati, Aniek. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan Aritmetika terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1 (16): h: 25-35.
- Kresnamurti, Agung, R.P., dan Sinambela, Dian Siskawati. 2011. Analisis kualitas pelayanan, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (survey pada pengunjung snowbay waterpark TMII). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 2(2): h:15-22.
- Kumar. 2010. Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Private Retail Banking: An Empirical Study. *The IUP Journal of Management Research*, 3(4): pp: 21-38.
- Kuswanto, Adi. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Danamon Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2 (14): h: 125-134.
- Ljung. L. 2003. "Linier System Identification as Curve Fitting" Springer. ([Http://www.springerlink.com](http://www.springerlink.com)).
- Lonial. 2010. An evaluation of SERVQUAL and patient loyalty in an emerging country context. *Total Quality Management*, 21(8), pp: 813–827.

- Malhotra Naresh K. 1993. *Marketing Research and Applied Orientation*. USA: Prentice Hall International.
- Nada Nasr. 2012. Service Quality In Hybrid Services: A Consumer Value Chain Framework. *Journal of Services Research*, 12(1), pp: 115-130.
- Pooja, Mengi. 2009. Customer Satisfaction with Service Quality: An Empirical Study of Public and Private Sector Banks. *International journal management research*.8(9), pp: 8-17.
- Rozario, F & Dayang Nailul Munna A.A. 2010. Influence of Service and Product Quality towards Customers Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry. *World Academy of Science, Engineering and Technology L: Educational and Psychological Sciences*, 3 (1): h:51-59.
- Samar I. Swaid and Rolf T. Wigand. 2011. The Effect of Perceived Site-to-Store Service Quality on Perceived Value and Loyalty Intentions in Multichannel Retailing. *International Journal of Management*. 29 (3), pp: 301-313.
- Sanjiv Mittal and Rajat Gera. 2012. Relationship Between Service Quality Dimensions And Behavioural Intentions : an SEM Study Of Public Sector Retail Banking Customers In India. *Journal of Research Services*. 12 (2), pp: 45-48.
- Selmi Dedy. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Perilaku Pasca Pembelian (Studi pada Pelanggan PT Matahari Putra Prima, Tbk di Jawa Timur). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 5(3): h: 403-411.
- Sugiarto dan Endar. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yasa Ketut. 2009. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Hotel Wakadime Ubud Bali). *Srathi*, 16 (1): h: 95-105.
- Yungkun. C., Chia-you. C., dan Tsuifang. H. 2007. Correlation of Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Life Style at Hot Springs Hotels. *Jurnal International Management Studies*.5, pp: 102-130.