ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI LING-LING, BANDUNG.

JOURNAL WRITING FORMAT FOR FINAL PROJECT TELKOM UNIVERSITY

Rahma Nindyastari

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

nindyastari@students.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Kedai Ling-Ling merupakan salah satu dari sekian banyak tujuan wisata kuliner di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Kedai Ling-Ling. (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di Kedai Ling-Ling.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan analisis deskriptif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dan teknik sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *non-probability sampling.* Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai literatur serta dokumen-dokumen yang relevan dengan judul dan tema penelitian yang peneliti ambil.

Hasil analisis jalur dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah variabel yang membangun loyalitas pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh secara signifikan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z) dengan bobot pengaruh yaitu sebesar 0,5344 atau jika dibuat persen menjadi sebesar 28,55%.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, SERVQUAL (*Tangible, Empathy, Reliabilility, Responsiveness, Assurance*), Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Kuliner is one instrument his legacy and acculturation culture whose existence is most easily be found. Kedai Ling-Ling is one of the many leading tourist destinations kuliner in the city of bandung. Research aims to knowing (1) service quality, customer satisfaction and customer loyalty Kedai Ling-Ling. (2) the influence the quality of service to customer satisfaction and its impact on customer loyalty in a Kedai Ling-Ling.

Method research used is quantitative method and analysis descriptive with way of spreading a questionnaire to 100 respondents and engineering samples used is to use sampling techniques accidental. Analysis of data in this research using analysis lines (path analysis).While data secondary in this study drawn from various literature and documents relevant to the title and theme research researcher take.

Of research is can be taken conclusion that service quality, customer satisfaction and customer loyalty in a Kedai Ling-Ling be in good category. The result analysis lane in the research indicated that pleasure is variable that build customer loyalty on the quality of services provided. Based on the calculation known that variable customer satisfaction (Y) influential significantly the relation between variables service quality (X) against variable loyality pelanggan (Z) with weights influence as that of 0,5336 or around 28,47 %.

Keywords: service quality, SERVQUAL (Tangible, Empathy, Reliabilility, Responsiveness, Assurance), customer satisfaction, customer loyalty.

1. Pendahuluan

Perkembangan restoran Jepang di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir ini cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya restoran Jepang yang hadir di Indonesia. Adanya akulturasi budaya yang memasuki dunia kuliner di Indonesia juga ternyata terjadi di Bandung. Dan dalam perkembangannya, justru usaha di bidang kuliner Jepang ini sangat menjamur.

Dari yang menawarkan dengan kualitas resto, hingga gerobak di pinggir jalan. Data tentang daftar resto dan kedai yang menawarkan kuliner khas Jepang di Bandung akan disajikan dalam tabel 1.1

Tabel 1.1
Daftar Resto dan Kedai Kuliner Jepang di Bandung

No.	Nama Kedai	Alamat
1.	Sushi Origami	Ganesa dan Tubagus Ismail
2.	Sushi Teio	Buah Batu
3.	Sushi Boon	Dago
4.	Takoyakiku	Ciwalk dan Giant Pasteur
5.	Just Sushi	Dipatiukur No. 36
6.	Kantin Jepang 96	Ciumbeuleuit
7.	Ikimura	Cibiru, Kampus IAIN
8.	Queen Takoyaki	Alfamart armindo, Cimahi
9.	Oishii Takoyaki	Ciumbuleit
10.	Takoyaki House Ritako	Cihampelas Walk LG floor

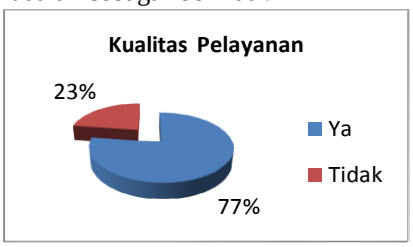
Sumber : diakses pada halaman http://www.ayojajan.com

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa di Kota Bandung sendiri terdapat setidaknya sepuluh resto atau kedai yang menawarkan kuliner khas Jepang. Itu belum termasuk kedai-kedai kecil yang tersebar di pinggir jalan maupun resto atau kedai yang baru beroperasi di awal tahun ini.

Fenomena mengenai usaha kuliner berkonsep kedai di masyarakat muncul tatkala beberapa pengusaha kuliner siap saji hendak menawarkan konsep yang berbeda dari biasanya. Konsep usaha berupa *booth* diharapkan menjadi mindset yang baru mengenai harga yang murah. Salah satu dari sekian banyak restoran dan kedai yang menawarkan menu khas Jepang di Bandung ialah Kedai Ling-Ling yang berlokasi di Jalan Sultan Agung Bandung. Seperti resto dan kedai Jepang lainnya, Kedai Ling-Ling juga menawarkan menu khas negeri sakura tersebut, namun ada beberapa diferensiasi produk yang membuat Kedai Ling-Ling tetap menjadi destinasi untuk icip-icip kuliner, yaitu takoyaki dan okonomiyaki.

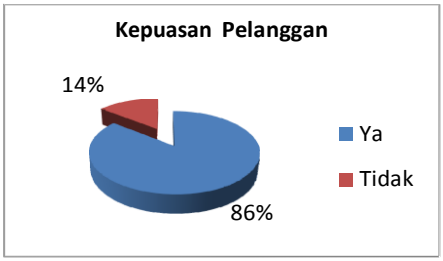
Hal lain yang menjadi diferensiasi Kedai Ling-Ling dengan usaha kuliner Jepang lainnya adalah kondisi fisik dari tempat usaha Kedai Ling-Ling Sultan Agung. Konsep *booth* atau kedai sederhana masih dipertahankan hingga hari ini.

Penulis melakukan penelitian awal sebagai referensi identifikasi masalah yang berhubungan dengan judul penelitian. Hasilnya adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1
Kualitas Pelayanan KLL Sultan Agung
Sumber : Olahan Peneliti

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 27 orang atau 77% menyatakan tentang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan Kedai Ling-Ling dan sebanyak 8 orang atau 23% menyatakan bahwa kualitas pelayanan Kedai Ling-Ling belum baik.

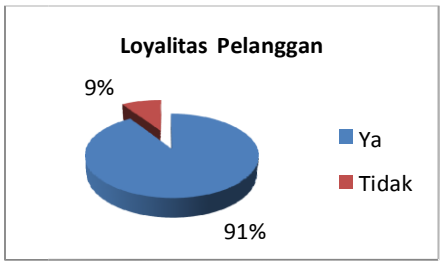


Gambar 1.2

Kepuasan Pelanggan KLL Sultan Agung

Sumber : Olahan Peneliti

Dari gambar 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 30 orang atau 86% pelanggan menyatakan kepuasannya dan sebanyak 5 orang atau 14% menyatakan ketidak puasannya. Menurut Tjiptono (2005 : 336), cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap jasa atau produk.



Gambar 1.3
Loyalitas Pelanggan KLL Sultan Agung
Sumber : Olahan Peneliti

Dari gambar 1.3 diatas dapat dilihat sebanyak 32 orang atau 91% menyatakan tentang loyalitasnya atau keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Dan sebanyak 3 orang atau 9% menyatakan tidak akan melakukan pembelian ulang.

Hasil dari survey diatas menggambarkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Kedai Ling-Ling, secara otomatis mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggannya. Dan kepuasan pelanggan turut mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka pernyataan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan Kedai Ling-Ling?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Kedai Ling-Ling?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan Kedai Ling-Ling?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kedai Ling-Ling?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Ling-Ling?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan Kedai Ling-Ling?

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori Penelitian

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2009 : 143) mendefinisikan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang yang bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat[1]. Tjiptono (2007 : 133) mengemukakan ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance*[2].

2.1.2 Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:138) mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka[3].

2.1.3 Loyalitas Pelanggan

Menurut Gremler dan Brown dalam Ali Hasan (2008:83) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positf terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli**.** Zeithaml, *et al.* (1996 : 38) menyatakan ada beberapa atribut pada pengukuran kesetiaan, yaitu: "1) mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain, 2) merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran, 3) mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa, dan 4) melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan pada beberapa tahun mendatang." [4].

2.1.4 Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Caruana (2002 : 811-828) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan[5].

2.2 Metode Penelitian

Kedai Ling-Ling, yang berlokasi di Jalan Sultan Agung ini dipilih sebagai objek penelitian karena terdapat masalah yang memerlukan kajian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Ling-Ling.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data-data kuantitatif yang sudah tersusun dalam tabel dan perhitungannya menggunakan uji SPSS (Statistical *Program for Social Science) for windows* 20 dan analisis deskriptif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *non-probability sampling.* Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Sub-struktur 1

Tabel 3.1
Model Summary Sub-Struktural 1

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769[a]	.592	.588	.426

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Besarnya nilai R square (R^2) pada tabel diatas adalah 0,592. Angka tersebut bermakna besarnya pengaruh variabel kualitas produk secara gabungan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk memudahkan membacanya maka peneliti buat dalam bentuk persen sehingga didapatlah hasil 59,2%. Angka 59,2% ini bermakna besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara gabungan. Sedangkan sisanya dapat dihitung menggunakan :

e = $1-R^2$

e = 1-0,592

e = 0,408 atau jika diubah dalam persen menjadi 40,8%

Angka 40,8% diatas bermakna besarnya faktor lain dalam model diluar variabel kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, variabelitas tingkat kepuasan pelanggan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,592 atau 59,2% ; sedangkan pengaruh sebesar 0,408 atau 40,8% disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 3.2
Coefficient Sub-Struktural 1

Coefficients[a]

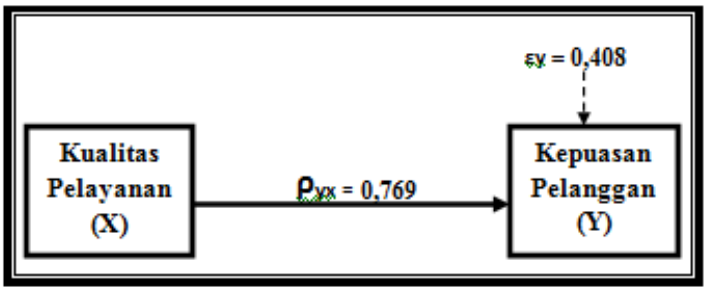
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.237	.257		.921	.360
	X	.917	.077	.769	11.920	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Nilai t dari hasil penghitungan data menggunakan IBM SPSS yang tertera dalam kolom t pada tabel coefficient di atas menunjukkan adanya hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 11,920. Sedangkan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan Degree of Freedom (DF) atau Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan : DK = n-2, atau 100-2 = 98. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,980.

Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat diketahui dari nilai koefisien Beta dalam kolom *Standardized Coefficient Beta* ialah sebesar 0,769 atau jika dibuat dalam persen menjadi 76,9%. Pengaruh sebesar ini signifikan karena nilai signifikansi / probabilitas hasil penghitungan yang tertera dalam kolom Sig sebesar 0,000 < 0,05.



Gambar 3.1
Model Sub-struktur 1 Beserta Nilai Koefisien
Sumber : Olahan Peneliti

Dari pengujian tersebut, maka diperoleh persamaan sub- struktural 1 sebagai berikut:

$Y = \rho_{yx} + \varepsilon_y$

$Y = 0{,}769x + 0{,}408\varepsilon y$

3.2 Sub-struktur 2

Tabel 3.3
Model Summary Sub-struktur 2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695[a]	.483	.478	.525

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Besarnya nilai R square (R^2) pada tabel diatas adalah 0,483. Angka tersebut bermakna besarnya pengaruh variabel kepuasan pelanggan secara gabungan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk

memudahkan membacanya maka peneliti buat dalam bentuk persen dengan cara menghitung Koefisien Determinasi (KD) dan hasilnya didapat sebesar 48,3%. Angka 48,3% ini bermakna besarnya pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara gabungan. Sedangkan sisanya sebesar 0,517 atau jika diubah dalam persen menjadi 51,7%. Angka 51,7% bermakna besarnya faktor lain dalam model diluar variabel loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, variabelitas tingkat loyalitas pelanggan yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,483 atau 48,3% ; sedangkan pengaruh sebesar 0,517 atau 51,7% disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 3.4
Coefficient Sub-Struktural 2

Coefficients[a]

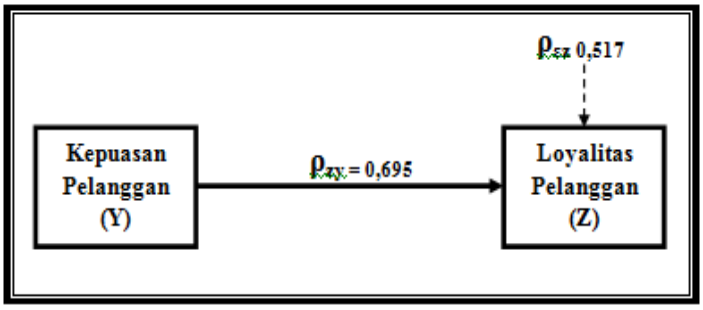
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.941	.265		3.554	.001
	kepuasan pelanggan	.761	.080	.695	9.565	.000

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Nilai t dari hasil penghitungan data menggunakan IBM SPSS yang tertera dalam kolom t pada tabel coefficient di atas menunjukkan adanya hubungan antara variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan sebesar 9,565. Sedangkan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan Degree of Freedom (DF) atau Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan : DK = n-2, atau 100-2 = 98. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,980.

Besarnya pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dapat diketahui dari nilai koefisien Beta dalam kolom *Standardized Coefficient Beta* ialah sebesar 0,695 atau jika dibuat dalam persen menjadi 69,5%. Pengaruh sebesar ini signifikan karena nilai signifikansi / probabilitas hasil penghitungan yang tertera dalam kolom Sig sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan yaitu sebesar 0,695 atau sebesar 69,5%, sedangkan sisanya adalah sebesar 51,7% dijelaskan oleh variabel lain.

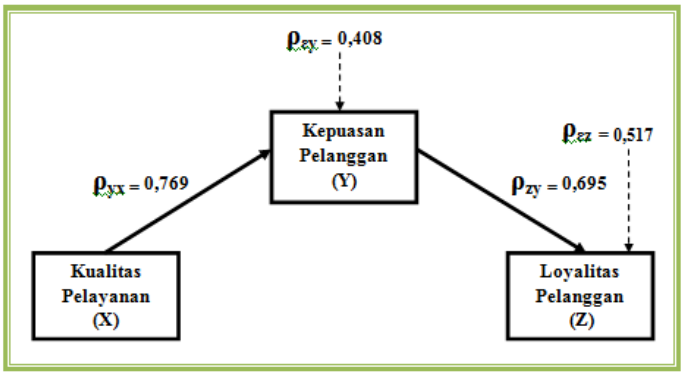


Gambar 3.2
Model Sub-struktur 2 Beserta Nilai Koefisien
Sumber : Olahan Peneliti

Dari pengujian tersebut, maka diperoleh persamaan sub- struktural 2 sebagai berikut:

$Z = \rho_{ZY} + \varepsilon_Z$

$Z = 0{,}695y + 0.517\varepsilon_Z$



Gambar 3.3
Struktur Pegaruh Beserta Koefisien Jalur
Sumber : Olahan Peneliti

Penulis menggunakan teori *Strategy Product of Coefficient* guna menguji signifikansi pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* (hipotesis statistik pada hubungan mediasi, berikut rumus yang diberikan (perkalian efek langsung atau *direct effect* variabel independen terhadap mediator dan *direct effect* mediator terhadap variabel dependen) (Baron *and* Kenny: 1986 dalam Sugiyono, 2010: 112).

$$t - value = \frac{ab}{\sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}}$$

$$= \frac{0{,}769 \text{ x } 0{,}695}{}$$

$$= 0{,}5344$$
$$0{,}0786$$

$$= 6{,}798$$

Keterangan :
Ab : koefisien *indirect effect*, diperoleh dari perkalian pengaruh langsung X keY dan Y ke Z
a : koefisien *direct effect* kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
b : koefisien *direct effect* kepuasan pelanggan (Y) terhadap loyalitas pelanggan (Z).
Sa : standard error dari koefisien kualitas pelayanan
Sb : standard error dari koefisien kepuasan pelanggan

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada taraf signifikansi 0.05, dimana df = jumlah sampel – jumlah variabel = 100 - 2 = 98. t_{tabel} pada df_{98} = 1.9844 sedangkan t_{hitung} diperoleh pada rumus dan hasil perhitungan di atas, dimana diketahui besarnya t_{hitung} variabel kepuasan pelanggan = 6,798 yang berarti $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (6,798 > 1,9844), maka Ho ditolak dan Ha diterima, sedangkan nilai besaran pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,769 x 0,695 = 0,5344. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **variabel kepuasan pelanggan (Y)** berpengaruh secara signifikan **hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Z)** dengan bobot pengaruh yaitu sebesar **0,5344** atau sebesar **28,55%.**

4. Kesimpulan

1. Secara deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan kualitas pelayanan Kedai Ling-Ling termasuk dalam kategori baik secara keseluruhan dengan persentase skor sebesar 72,76%. Dikatakan baik namun belum mencapai angka maksimum karena masih ada beberapa responden yang merasa kualitas pelayanan yang diberikan belum maksimal. Yaitu dengan adanya salah satu item pernyataan kursi dan meja untuk pelanggan bersih dan ditata rapi sebesar 63,2% yang termasuk dalam kategori kurang baik.

2. Secara deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan Kedai Ling-Ling termasuk dalam kategori baik secara keseluruhan dengan persentase skor sebesar 71,67%. Dikatakan baik namun belum mencapai angka maksimum karena masih ada beberapa responden yang tidak merasakan puas secara menyeluruh yaitu dibuktikan dengan dua item pernyataan yang termasuk dalam kategori kurang baik yaitu tempat duduk yang disediakan Kedai Ling-Ling sudah sesuai harapan saya sebesar 59,2% dan pernyataan kenyamanan area Kedai Ling-Ling sudah sesuai harapan saya sebesar 62,8%.
3. Secara deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan Kedai Ling-Ling termasuk dalam kategori baik secara keseluruhan dengan persentase skor sebesar 74,53%. Dikatakan baik namun belum mencapai angka maksimum karena ada beberapa responden yang belum merasakan loyal terhadap Kedai Ling-Ling. Nilai tertinggi pada variabel loyalitas pelanggan terdapat pada item pernyataan saya akan mengajak rekan, kerabat, dan keluarga menikmati layanan Kedai Ling-Ling yaitu sebesar 77,8%.
4. Dari hasil analisis jalur sub-struktur satu, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,769 atau jika dibuat dalam persen menjadi 76,9%. Angka tersebut didapat dari kolom *standardized coefficient beta*. Angka tersebut berarti variabel kualitas pelayanan dapat berpengaruh sebesar 76,9% terhadap pembentukan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 40,8% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diluar dari penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel kualitas pelayanan (X) memperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 11,920 > 1,980, dan nilai Sig. < 0,05, yaitu 0,000. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Kedai Ling-Ling memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan tingkat kepuasan pelanggan Kedai Ling-Ling.
5. Dari analisis jalur sub-struktur dua, didapat hasil bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,695 atau jika dibuat dalam persen menjadi 69,5%. Angka tersebut didapat dari kolom *standardized coefficient beta*. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) memperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 9,565 > 1,980, dan nilai Sig. < 0,05, yaitu 0,000. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Kedai Ling-Ling memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan Kedai Ling-Ling.
6. Pengaruh kepuasan pelanggan sebagai variabel yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan terjadinya loyalitas pelanggan sebesar 0,5344%. Angka tersebut berarti kepuasan memiliki pengaruh sebesar itu untuk menghubungkan kualitas pelayanan sampai terbentuknya loyalitas pelanggan. Hal ini berarti, semakin besarnya angka kepuasan yang menghubungkan kualitas pelayanan terhadap pembentukan loyalitas, maka semakin baik dalam pembentukan loyalitas pelanggannya.

5. Daftar Pustaka

[1] Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran., Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Jakarta : Erlangga.

[2] Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2007. *Service, Quality and Satisfaction—edisi kedua*. Yogyakarta : CV Andi.

[3] Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran , Edisi Ketiga Belas Jilid I*. Jakarta : Erlangga.

[4] Zaithaml., U., A., Parasuraman and L., L., Berry. 1996. *Delivering Quality Service*. New York : The Free Press.

[5] Caruana, A. 2002. *Service Loyalty The Effect Of Service Quality And The Mediating Role Of Customer Satisfaction. European Journal Of Marketing*, Vol. 36, No. 718, P. 811-828.