

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA POP HOTEL A.M. SANGAJI YOGYAKARTA

Rizky Pratama Bagus Pralambang

Email : rizkyprtm73@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl, Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Telp. (2074) 387656

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty at Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta. Subjects in this study were customer who had visited and stay at Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta. In this study a sample of 120 respondents selected by using purposive sampling method. The analysis tools used are Simple Linear Regression Analysis, t Test, Path Analysis, and Sobel Test.

Based on the analysis that has been done to obtain the result that the Service Quality have a positive and significant impact on Customer Satisfaction, Service Quality has a positive and significant impact on Customer Loyalty, Customer Satisfaction has a positive and significant impact on Customer Loyalty, and Service Quality have positive and significant impact on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Yogyakarta adalah salah satu kota wisata budaya dan wisata alam maupun kuliner yang pembangunan dan perkembangannya cukup pesat, hal ini menarik dan mengundang banyak wisatawan datang ke kota ini termasuk juga wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan banyaknya wisatawan yang berdatangan maka menyebabkan juga banyak permintaan akomodasi pendukung agar wisatawan dapat berpariwisata dengan nyaman. Salah satu akomodasi pendukung pariwisata yaitu adalah hotel untuk tempat tinggal sementara wisatawan saat berpariwisata di Yogyakarta. Oleh karena banyaknya permintaan dan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan tidak dapat dipungkiri jika jumlah hotel terus bertambah tiap tahunnya.

Dengan banyaknya jumlah hotel di Yogyakarta menyebabkan persaingan semakin meningkat. Untuk dapat bersaing maka perusahaan harus berfokus pada layanan kepada pelanggannya. Pelanggan hotel pada era saat ini menginginkan layanan dan fasilitas yang lebih baik yang dapat dirasakan dari hotel yang ditempatinya. Apabila perusahaan tidak berfokus pada layanan maka dapat dipastikan pelanggan akan lebih memilih hotel yang lebih baik layanannya. Dengan layanan yang baik yang diberikan kepada pelanggan akan membuat pelanggan merasa puas dan diharapkan akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Melihat fenomena dimana banyaknya tempat akomodasi bagi wisatawan di Yogyakarta khususnya hotel, serta salah satu faktor yang diutamakan oleh berbagai hotel di Yogyakarta adalah kualitas layanan untuk dapat bersaing, khususnya Pop Hotel Yogyakarta dalam mendapatkan kepuasan pelanggan untuk membuat pelanggan loyal terhadap hotel tersebut. Oleh karena itu maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Pop Hotel Yogyakarta. Penelitian ini mereplikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Novandy Dan Rastini (2018) yang berjudul "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Usaha Ekpedisi TIKI Di Kota Denpasar)".

KAJIAN TEORI

Menurut Tjiptono (2014) kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009) Jika performance

memenuhi atau melebihi harapan maka pelanggan menjadi puas. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, karena kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dengan baik.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Singh dan Thakur (2012), Hilmawan dan Suryani (2014), Suryadharma dan Nurcahya (2015) menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian dan penelitian di atas, maka peneliti menyatakan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Menurut Tjiptono (2014) kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Serta kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Semakin baik layanan yang diberikan dan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan menganggap layanan yang diberikan oleh perusahaan adalah yang terbaik dan akan loyal dengan menolak produk atau jasa lainnya.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jimanto dan Kunto (2014), Aditya dan Kusumadewi (2017), Novandy dan Rastini (2018) menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian dan penelitian di atas, maka peneliti menyatakan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Menurut Kotler dan Keller (2009) Seorang pelanggan yang memiliki kepuasan yang sangat tinggi akan bertahan lebih lama, berbicara hal yang baik tentang pengecer dan merchandise, kurang tertarik terhadap merek pesaing dan iklan serta kurang sensitif terhadap harga. Dapat disimpulkan jika pelanggan merasa puas maka mereka akan loyal terhadap perusahaan.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siddiqi (2011), Shanka (2012), Irnandha dan Utama (2016) menunjukkan hasil kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian dan penelitian di atas, maka peneliti menyatakan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Menurut Tjiptono (2014) kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009) Jika performance memenuhi atau melebihi harapan maka pelanggan menjadi puas. Seorang pelanggan yang memiliki kepuasan yang sangat tinggi akan bertahan lebih lama, berbicara hal yang baik tentang pengecer dan merchandise, kurang tertarik terhadap merek

pesaing, iklan serta kurang sensitif terhadap harga. Dapat disimpulkan jika layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan dan pelanggan merasa puas maka mereka akan loyal terhadap perusahaan.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri dan Suasana (2017) , Aditya dan Kusumadewi (2017), Novandy dan Rastini (2018) menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian dan penelitian di atas, maka peneliti menyatakan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand,

2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama sebagai sampel, dengan metode purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti karena dianggap tepat dalam memberikan informasi yang diinginkan (Ferdinand, 2014). Pertimbangan atau kriteria responden yang dipilih sebagai berikut:

- a. Responden berusia minimal 17 tahun, usia tersebut dipilih karena sudah dapat mengambil keputusan dengan tepat.
- b. Responden pernah berkunjung dan menginap di Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta minimal 2 kali.

Dengan belum diketahuinya jumlah populasi dari penelitian ini menyebabkan sulitnya untuk menentukan jumlah sampel. Dengan demikian, digunakanlah rumus perhitungan besar sampel penelitian sebagai berikut, jumlah indikator $\times 10$ (Ferdinand, 2014). Karena penelitian ini menggunakan 12 indikator, sehingga $12 \times 10 = 120$. Jumlah responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini adalah 120 responden.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan angket atau kuesioner sebagai sarana untuk mendapatkan informasi secara langsung dari pelanggan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan secara tulis pada responden untuk dijawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2011). Kuesioner mencakup tiga variabel yang diteliti yaitu: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan Skala Likert, menurut Sekaran (2011) jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor, misalnya pernyataan yang terdapat didalam kuesioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat responden.

Penilaian Skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu:

1. Jawaban Sangat Tidak Setuju mendapatkan nilai 1 (satu).
2. Jawaban Tidak Setuju mendapatkan nilai 2 (dua).
3. Jawaban Netral mendapatkan nilai 3 (tiga).
4. Jawaban Setuju mendapatkan nilai 4 (empat).
5. Jawaban Sangat Setuju mendapatkan nilai 5 (lima).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (H1)

Variabel	R ²	B	Std. Error	Beta	t _{hitung}	Sig
(Constant)		2,224	0,879		2,529	0,013
Kualitas Layanan	0,495	0,492	0,046	0,704	10,757	0,000

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 10,757 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka pernyataan hipotesis (H1) “Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta” diterima.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya agar kepuasan pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan dengan melakukan training staf secara rutin agar dapat selalu melayani pelanggan dengan handal,cepat, dan berempati lebih pada pelanggan. Pembaruan fasilitas secara berkala juga diperlukan agar dapat mengikuti perkembangan, sehingga dapat terus bersaing dengan jasa hotel lain.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan (H2)

Variabel	R ²	B	Std. Error	Beta	t _{hitung}	Sig
(Constant)		3,835	1,053		3,641	0,000
Kualitas Layanan	0,480	0,572	0,055	0,693	10,432	0,000

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 10,432 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka pernyataan hipotesis (H2) “Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta” diterima.

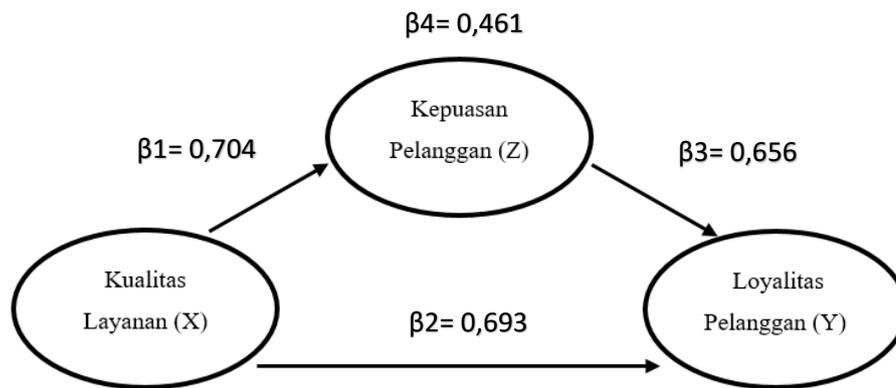
Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Selain peningkatan kualitas layanan, untuk mempertahankan pelanggan yang loyal dapat dilakukan dengan memberikan kartu member dengan privilege sehingga pelanggan akan merasa istimewa dibanding dengan pelanggan biasa.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (H3)

Variabel	R ²	B	Std. Error	Beta	t _{hitung}	Sig
(Constant)		5,735	0,962		5,959	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,431	0,775	0,082	0,656	9,452	0,000

Hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 9,452 dengan signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka pernyataan hipotesis (H3) "Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta" diterima.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik.



Hasil dari analisis jalur atau analisis path menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,693. Sementara itu dapat berpengaruh secara tidak langsung dari Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dengan cara perkalian koefisien regresi yaitu $0,704 \times 0,656 = 0,461824$

Kemudian, dilakukan pengujian menggunakan uji sobel yang dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

sab = besar standar eror pengaruh tidak langsung

$$a = 0,704 \quad sa = 0,046$$

$$b = 0,656 \quad sb = 0,082$$

$$sab = \sqrt{(0,656)^2 \cdot (0,046)^2 + (0,704)^2 \cdot (0,082)^2 + (0,046)^2 \cdot (0,082)^2}$$

$$= \sqrt{0,000910590976 + 0,003332521984 + 0,000014227984}$$

$$= \sqrt{0,004257340944}$$

$$= 0,06524830223$$

Kemudian dihitung hasil nilai t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Keterangan:

t = t hitung

ab = 0,461824 (perkalian koefisien beta regresi 0,704 x 0,656)

sab = 0,06524830223

Sehingga:

$$\begin{aligned} t &= \frac{0,461824}{0,06524830223} \\ &= 7,077946616 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai t hitung yang dihasilkan adalah 7,07 yang mana hasil tersebut lebih besar dari t tabel sebesar > (1,97) artinya intervening Kepuasan Pelanggan berperan sebagai pemediasi antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan dapat berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, dengan demikian hipotesis (H4) "Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta" diterima.

Melihat dari hasil diatas maka Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya agar kepuasan pelanggan dapat terjaga dan dapat meningkat lebih baik lagi. Dengan pelanggan yang puas maka akan terbentuk loyalitas pada diri pelanggan, sehingga pelanggan akan bertahan untuk selalu menggunakan jasa Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis pertama (H1).
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis kedua (H2).
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis ketiga (H3).
4. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pop Hotel A.M. Sangaji Yogyakarta, hasil ini mendukung hipotesis keempat (H4).

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengukur loyalitas pelanggan berdasarkan variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan, sehingga masih belum mampu menggambarkan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara menyeluruh. Dengan demikian diharapkan untuk kedepannya dalam mengukur loyalitas pelanggan dapat diukur dengan variabel dan aspek lain seperti harga, promosi,

kepercayaan merek, citra merek dan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga data yang diperoleh kurang mendalam informasinya, akan lebih baik jika ditambahkan metode wawancara terhadap karyawan maupun pelanggan sehingga data penelitian yang diperoleh dapat lebih lengkap.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor lain seperti harga, promosi, kepercayaan merek, citra merek dan variabel lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu mengembangkan teknik pengumpulan data dengan cara menambah metode wawancara sehingga data yang diperoleh dapat lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, P. M. dan Kusumadewi, N. M. W., (2017), "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Travel Agen My Bali Tour)", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Anonim, Tingkat Penghunian Kamar Hotel Daerah Istimewa Yogyakarta, <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease.html>. Diakses tanggal 24 September 2018 pk 20.00 WIB.
- Dharmawansyah, Inggil. (2013). "Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada Rumah Makan asri Bumiayu". *Management Analisis Jurnal 2* (2)
- Dutka, A., (2008), *AMA Hand book for Customer Satisfaction*. Illinois : NTC Business Book.
- Ferdinand, A., (2014), *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali dan Imam, (2011), *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS, Cetakan 4*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin R. W., (2003), *Management Jilid 1*. Jakarta, Erlangga.
- Hilmawan, I. M. dan Suryani A., (2014), "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen Studi pada Trans Sarbagita." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Hurriyati, R., (2005), *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*, 129: 29, Bandung: Alfabeta.
- Irnandha, A., dan Utama, A., (2016), "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* 5.6: 660-669.
- Jimanto, R. B., dan Kunto, Y. S., (2014), "Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 2.1: 1-7.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin L., (2009), *Marketing Management (13th ed)*, New Jersey : Upper Saddle River.
- Kotler, P Armstrong, G., Adam, S., and Denize, S., (2014), *Principles of marketing*, Pearson Australia.
- Novandy, M. I., dan Rastini, N. M., (2018), "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Usaha Ekpedisi TIKI Di Kota Denpasar)." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Parasuraman, et al., (2007), "Servqual : A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality" *Journal Of Retailing*. Vol. 64 No. 1. Hlm. 12-40.
- Putri, D. A. M. M. D. G. dan Suasana, I Gst. A. Kt. Gd., (2017), "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pembangunan Daerah Bali", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Rahmawati, A. (2015), *Statistika Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Prodi Manajemen, UMY.
- Sarwono, J., (2012), *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Sekaran, U., (2011), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., (2011), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.

- Shanka, M. S., (2012), "Bank service quality, customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector." *Journal of Business Administration and Management Sciences Research* 1.1: 001-009.
- Siddiqi, K. O., (2011), "Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh." *International Journal of Business and Management* 6.3: 12.
- Singh, A. P., and Thakur, S., (2012), "Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: In The Context of Retail Outlets In DB City Shopping Mall Bhopal." *International Journal of Management Research and Reviews* 2.2: 334.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryadharma, I. W. W., dan Nurcahya, I. K., (2015), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Tjiptono, F., (2014), *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Tjiptono, F., dan Chandra G., (2004), *Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan*, Yogyakarta, Andi Offset.