

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BUS PO. EFISIENSI JURUSAN
YOGYAKARTA – PURWOKERTO**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

YULIARDIE TRI ATMAJA

B 100 090 050

**PROGRAM STUDI MANJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BUS PO. EFISIENSI JURUSAN
YOGYAKARTA – PURWOKERTO**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

YULIARDIE TRI ATMAJA
B 100 090 050

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Jati Waskito, SE., M.Si

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BUS PO. EFISIENSI JURUSAN
YOGYAKARTA – PURWOKERTO**

diajukan oleh:

Yuliardie Tri Atmaja
B 100 090 050

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada hari/tanggal: 4 Agustus 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

1. Ketua: Drs. Ma'ruf, MM.
2. Sekretaris: Jati Waskito, SE., M.Si.
3. Anggota: Drs. Agus Muqorrobin, MM.

(.....)

(.....)

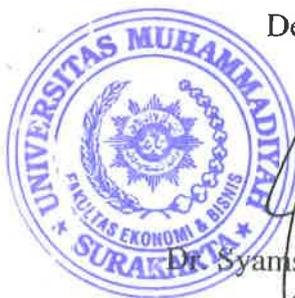
(.....)

Surakarta, 4 Agustus 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan



Dr. Syamsudin, MM.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi Ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesajaraan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan mempetanggungjawabkan sepenuhnya

Surakarta, 4 Agustus 2017

Penuli:


YULIARDIE TRI ATMAJA
B 100 090 050

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BUS PO. EFISIENSI JURUSAN
YOGYAKARTA – PURWOKERTO**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles terhadap kepuasan pelanggan Bus PO. Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang penarikannya didasarkan pada angka-angka yang diperoleh secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang Bus PO. Efisiensi Jurusan Yogyakarta - Purwokerto. Sampel diambil sebanyak 100 orang penumpang. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil analisa data diperoleh kesimpulan bahwa: (1) Hasil uji t diterima pada taraf signifikansi 5%. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible secara parsial -sama terhadap kepuasan pelanggan Bus PO. Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto; (2) Hasil uji F diterima pada taraf signifikansi 5%. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PO. Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, penumpang bus

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of service quality that consists of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles to customer satisfaction Bus Efisiensi Yogyakarta - Purwokerto. This research uses descriptive quantitative research methods withdrawals are based on statistically obtained figures. The population in this study is all passengers Bus PO. Efisiensi Yogyakarta – Purwokerto. Samples were taken as many as 100 passengers. The sampling technique uses convenience sampling. Data source used is primary data obtained through questionnaire (questionnaire). Data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, F test, t test, and test coefficient of determination. Previously tested the classical assumption of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Based on the result of data analysis, it can be concluded that: (1) T test result received at 5% significance level. This means that there is a significant influence of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible partially-equal to customer satisfaction Bus PO. Efisiensi Major Yogyakarta - Purwokerto; (2) The result of F test is accepted at

5% significance level. This means that there is a significant influence of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible together towards customer satisfaction Bus PO Efiseinsi Yogyakarta – Purwokerto.

Keywords: service quality, customer satisfaction, bus passengers

1. PENDAHULUAN

Penyedia jasa-jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat ada kaitannya dengan permintaan akan jasa transportasi secara menyeluruh. Setiap moda transportasi mempunyai sifat, karakteristik dan aspek teknis yang berbeda, hal ini akan mempengaruhi terhadap jasa-jasa angkutan yang ditawarkan oleh penyedia jasa transportasi. Perusahaan Otobus (PO) Efisiensi merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi darat berupa bus antar kota antar provinsi (AKAP) yang berkantor pusat di Jl. Wonosari Km. 6, Kebumen, Jawa Tengah, dan melayani trayek Jogjakarta-Purwokerto dan sebaliknya mulai tahun 2008.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (dalam hal ini PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta - Purwokerto). Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dalam dunia bisnis yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dominan dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh-kembangkan perusahaan. Menurut Sudarmo (2002: 181) suatu produk yang dihasilkan perusahaan akan mencerminkan keberhasilan perusahaan tersebut di mata konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan akan menjadi pelanggan setia, bahkan dapat dijadikan media promosi gratis. Demikian pula sebaliknya pelanggan yang tidak puas bisa dengan mudah pindah ke perusahaan lain atau menggunakan jasa lain.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan service quality (Servqual), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dan tangibles (bukti langsung) (Kotler, 2000:53).

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam pemilihan produk dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Tercapainya kepuasan pelanggan apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Menurut Lovelock dalam Fandy, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2001: 59).

Hasil penelitian Bharwana, et.al (2013) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Semua perspektif kualitas pelayanan yang ditemukan berkorelasi positif dengan kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Baker (2013) juga menyatakan bahwa kepuasan konsumen terjadi ketika harapan konsumen terpenuhi atau terlampaui.

.Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Karena hal tersebut akan bermuara pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sendiri dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Tjiptono, 2001: 147). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan produk/jasa dan memuaskan konsumen, kemauan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, keterampilan para karyawan, kemampuan komunikasi yang baik dari pelayan, keinginan memahami kebutuhan

pelanggan, fasilitas fisik dan penyediaan perlengkapan dan sarana lainnya. Jika beberapa aspek di atas dapat dipenuhi maka pelanggan yang menggunakan Bus Efisiensi akan semakin puas. Sebaliknya jika aspek-aspek di atas tidak dapat dipenuhi maka pelanggan yang menggunakan Bus Efisiensi akan tidak puas dan beralih ke PO. Bus lain.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dapat diungkap suatu masalah yang dirumuskan sebagai berikut: Apakah variabel kualitas pelayanan yang terdiri *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta - Purwokerto?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud menggambarkan fenomena pada obyek penelitian apa adanya. Sedangkan metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk pengujian hasil penelitian yang didasarkan pada angka-angka hasil analisis statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta - Purwokerto. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling* yaitu memilih sampel yang mudah ditemui, subyek sampel tidak terbatas dan peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat serta murah (Indriantoro dan Supomo, 2000: 130), sehingga konsumen yang diteliti adalah 100 orang konsumen yang mudah ditemui dan terjadi pada saat berkunjung ke PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta - Purwokerto.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner (angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t terhadap dimensi *reliability* menunjukkan bahwa *reliability* (3,439) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan ditentukan oleh tinggi rendahnya kehandalan karyawan (kru) Bus Efisiensi. Kru bus yang andal dalam memberikan pelayanan menyebabkan pelanggan merasa puas. Evaluasi pelanggan terhadap dimensi kehandalan adalah pada keramahan, pelayanan, kecekatan, ketepatan, dan ketelitian dalam melayani pelanggan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Bharwana, *et.al* (2013) dan Hardianawati (2012) yang membuktikan bahwa dimensi *reliability* pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.2. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ditinjau dari hasil uji t untuk dimensi *responsiveness* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari *responsiveness* (3,774) terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan ditentukan oleh tinggi rendahnya ketepatan daya tanggap karyawan (kru) Bus Efisiensi. Karyawan yang memiliki daya tangkap tepat dalam menanggapi keluhan pelanggan menyebabkan pelanggan merasa puas. Evaluasi pelanggan terhadap dimensi ketanggapan adalah pada kecepatan, pemahaman, kesediaan membantu, pemberian informasi, dan kemampuan komunikasi yang baik dari karyawan Bus Efisiensi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Bharwana, *et.al* (2013) dan Hardianawati (2012) yang membuktikan bahwa dimensi *responsiveness* pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.3. Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t untuk dimensi *assurance* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari *assurance* (4,357) terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh tinggi rendahnya jaminan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bus Efisiensi. Pemberian jaminan pelayanan

yang meyakinkan akan menyebabkan pelanggan merasa puas. Evaluasi pelanggan terhadap dimensi jaminan adalah pada kesopanan, kenyamanan, kepercayaan, kebersihan, fasilitas yang lengkap, dan jaminan keamanan yang diberikan pada pelanggan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Bharwana, *et.al* (2013) dan Hardianawati (2012) yang membuktikan bahwa dimensi *assurance* pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.4. Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t untuk dimensi *empathy* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari *empathy* (4,368) terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh tinggi rendahnya perhatian karyawan Bus Efisiensi terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. Perhatian yang besar terhadap keluhan pelanggan menyebabkan pelanggan merasa puas. Evaluasi pelanggan terhadap dimensi empati adalah pada sikap dan perilaku karyawan, perhatian terhadap keluhan, tidak membedakan status sosial, tidak membedakan pelayanan, dan penjelasan terhadap hal-hal yang ditanyakan pelanggan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Bharwana, *et.al* (2013) dan Hardianawati (2012) yang membuktikan bahwa dimensi *empathy* pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.5. Pengaruh *Tangibles* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ditinjau dari faktor-faktor kualitas pelayanan secara individual hasil uji t untuk dimensi *tangibles* (6,823) menunjukkan bahwa *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh ada tidaknya bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bus Efisiensi. Pelayanan secara nyata menyebabkan pelanggan merasa puas. Evaluasi pelanggan terhadap dimensi *tangibles* adalah lingkungan yang nyaman, kebersihan, kerapian, penataan ruangan yang bagus, kelengkapan alat keamanan, dan ruangan yang tertata dengan rapi dan bersih.

Hasil uji t variabel *tangibles* merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} variabel *tangibles* (6,823) lebih tinggi dari t_{hitung} variabel lainnya *reliability* (3,439), *responsiveness* (3,774), *assurance* (4,357), dan *emphaty* (4,368). Hal ini berarti jika kehandalan dalam memberikan pelayanan menyebabkan pelanggan merasa puas.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Bharwana, *et.al* (2013) dan Hardianawati (2012) yang membuktikan bahwa dimensi *tangibles* pada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan yang Diukur Melalui Dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis ke-6 tentang pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan memperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($70,297 > 2,29$) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dinyatakan telah terbukti kebenarannya dan dapat diterima. Jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan jasa, maka dapat dipastikan bahwa pelanggan akan merasa puas. Produk jasa yang diberikan jika dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Kualitas produk jasa merupakan keseluruhan ciri serta sifat yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan pelanggan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Bharwana, *et.al* (2013) dan Hardianawati (2012) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. PENUTUP

Terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability* terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,439 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5%. Artinya karyawan yang andal dalam memberikan pelayanan menyebabkan pelanggan puas.

Terdapat pengaruh yang signifikan dari *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,774 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5%. Artinya karyawan yang memiliki daya tangkap tepat dalam menanggapi keluhan pelanggan menyebabkan pelanggan merasa puas.

Terdapat pengaruh yang signifikan dari *assurance* terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,357 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5%. Artinya pemberian jaminan pelayanan menyebabkan pelanggan merasa puas.

Terdapat pengaruh yang signifikan dari *empathy* terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,368 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5%. Artinya pemberian perhatian terhadap keluhan pelanggan menyebabkan pelanggan merasa puas.

Terdapat pengaruh yang signifikan dari *tangible* terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto. Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,823 > 1,980$) pada taraf signifikansi 5%. Artinya pemberian bukti pelayanan secara langsung menyebabkan pelanggan merasa puas.

Hasil uji F memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($70,297 > 2,29$) pada taraf signifikansi 5% dan hipotesis dinyatakan diterima. Artinya berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PO. Bus Efisiensi Jurusan Yogyakarta – Purwokerto.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinneka Cipta.
- Azwar, Saifudin. 2000. *Reabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Baker, David Mc. A. 2013. *Service Quality and Customer Satisfaction in the Airline Industry: A Comparison between Legacy Airlines and Low-Cost Airlines*. *American Journal of Tourism Research* Vol. 2, No. 1, 2013
- Bharwana, Tariq Khalil; Mohsin Bashir; Muhammad Mohsin. 2013. *Impact of Service Quality on Customers' Satisfaction: A Study from Service Sector especially Private Colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan*. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 3, Issue 5, May 2013
- Budiyono. 2006. *Sistatika Dasar Untuk Penelitian*, Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Djarwanto & Subagyo, Pangestu, 1994. *Statistik Induktif*, Yogyakarta: BPFE UGM
- Engel, F. James, Blackwell, D. Roger, Miniard, Paul., 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid I, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP. Undip.
- Gujarati, Damodar. 2001. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga
- Hadi, Sutrisno. 2003. *Metodologi Research*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Hardianawati. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 Pada Pemda DKI Jakarta*. *Jurnal Magister Manajemen* Vol. 1 No. 1, April 2012 49 – 78
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management*, Edisi bahasa Indonesia, PT Prehallindo, Jakarta.

- Khurshid, Rida; Hummayoun Naeem, Sana Ejaz, Faiza Mukhtar, Taha Batool. 2012. Service Quality And Customer Satisfaction In Public Transport Sector Of Pakistan: An Empirical Study. International Journal of Economics and Management Sciences Vol. 1, No. 9, 2012, pp. 24-30
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat
- Ogunnaike dan Olaleke. 2010. Assessing The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction; Evidence From Nigerian Banking Industry. Global Journal of Management and Business Research Vol. 10 Issue 3 (Ver 1.0) June 2010
- Pakdil, Fatma dan Feride Bahar Kurtulmusoglu. 2014. Improving Service Quality In Highway Passenger Transportation: A Case Study Using Quality Function Deployment. Jurnal EJTIR Department of Industrial Engineering, School of Engineering, Başkent University, Turkey. Journal of EJTIR 14(4), 2014, pp.375-393
- Ristiyanto dan John Ihalauw. 2005. Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Andi Offset
- Sanjaya, Aan. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Organda (PO) Handoyo di Solo. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro
- Swastha, Basu. 1999. Azas-azas Marketing. Edisi III. Liberty : Yogyakarta.
- Stanton, William J. 2003. Fundamental Marketing. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husesin. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wulandari, Winda dan Erni Masdupi. 2014. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Usaha Murni. Jurnal Ekobis Vol. IX No. 2 September 2014