

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA

Albert Felise¹, Mohd. Nawi Purba², Ara Auza³

^{1,2} Univeristas Prima Indonesia

³Universitas Medan Area

* Corresponding author: nawipurba@unprimdn.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di kalangan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia. Peserta dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Fakultas Hukum yang terlibat secara aktif. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS), yang digunakan untuk menguji kevalidan, kehandalan, dan dampak positif dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Keandalan, jaminan, Nyata, Empati, Responsif

Copyright © 2024 by the author



PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan guna mempertahankan loyalitas konsumen dan bersaing di pasar. Kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen adalah yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada. Kualitas pelayanan adalah keadaan di mana konsumen mengharapkan produk atau layanan yang memenuhi ekspektasi mereka saat memutuskan untuk membeli produk atau layanan, sebagaimana dijelaskan oleh Brown dalam Dwiastuti dkk. (2012). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen berdampak signifikan terhadap kelangsungan perusahaan. Konsumen akan mengevaluasi keseluruhan keunggulan produk atau layanan yang diberikan, yang kemudian akan dinilai untuk merasakan kepuasan dari kualitas yang disajikan. Kualitas produk atau jasa yang baik berasal dari persepsi kepuasan konsumen. Untuk mengukur kualitas pelayanan, digunakan lima dimensi menurut Parasuraman,

Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2012), yaitu: Tangibles (Bukti Nyata), Reliabilitas (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), dan Empathy (Empati). Dengan menggunakan lima dimensi ini, dapat dilihat sejauh mana konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga terciptalah kepuasan konsumen.

Menurut Park dalam Irawan, (2021), kepuasan konsumen adalah pendapat seseorang secara emosional mengenai kualitas produk atau jasa setelah menggunakan layanan tersebut. Universitas Prima Indonesia adalah sebuah universitas swasta yang didirikan pada tahun 2005. Cikal bakal Universitas Prima Indonesia adalah Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan yang kemudian berkembang pada tahun 2005 menjadi Universitas Prima Indonesia, yang kini memiliki 10 fakultas dan 22 program studi. Dalam perkembangan menjadi universitas swasta yang cukup terkenal di Kota Medan, Universitas Prima mengalami banyak perubahan, terutama dalam fasilitas gedung yang kini berpusat di Jl. Sampul No. 4 Sei Putih Barat, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara, serta perubahan sistem belajar pada setiap tingkat akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2019, melalui situs web Universitas Prima Indonesia diinformasikan bahwa universitas ini menduduki peringkat ke-4 sebagai universitas swasta terbaik, diakui karena sumber daya manusia dan tata kelola kampus yang baik. Pencapaian ini menjadi salah satu kebanggaan Universitas Prima Indonesia dan menjadi alasan banyak orang tua mendaftarkan anak-anak mereka untuk belajar di Universitas Prima Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan dengan kajian yang lebih mendalam terhadap suatu permasalahan. Menurut Sugiyono (2019), pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berdasarkan pada situasi permasalahan yang alami, dilakukan dengan mengumpulkan data penelitian dan dengan penyajian data secara deskriptif. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, di mana penelitian ini menjelaskan hubungan antara dua variabel yang saling berkaitan. Menurut Siregar (2017), penelitian asosiatif adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih yang berbeda untuk melihat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Untuk melihat jenis penelitian ini, menggunakan penelitian korelasional, yaitu penelitian yang menjelaskan bagaimana suatu variabel terkait dengan variabel lainnya. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia di Kota Medan pada bulan Agustus 2023.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Hukum angkatan 2020 yang berjumlah 185 orang. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki pendapat yang sama mengenai suatu objek. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 65 orang, yang merupakan mahasiswa aktif angkatan 2020 Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Rumus Slovin, menurut Sugiyono (2017), adalah rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan mewakili populasi. Rumus Slovin adalah $n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$, di mana n adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, dan e adalah tingkat kesalahan (0,1). Dengan menggunakan rumus tersebut, diperoleh hasil $n = \frac{185}{1 + 185 \cdot 0,1^2} = \frac{185}{1 + 18,5} = \frac{185}{19,5} = 9,487$, dibulatkan menjadi 65 orang sebagai sampel penelitian. Jenis serta sumber data yang digunakan adalah data primer yang

diperoleh melalui survei yang diberikan kepada responden, yaitu mahasiswa aktif dari Universitas Prima Medan, dan pengambilan sumber informasi melalui jurnal yang sudah ada. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan skala pengukuran ordinal, yaitu: sangat puas, puas, netral, tidak puas, dan sangat tidak puas. Identifikasi serta definisi operasional variabel penelitian meliputi: 1) Kualitas Pelayanan (X1) yang didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap hasil evaluasi pelayanan yang diterima pada waktu tertentu, dengan indikator meliputi Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy menurut Parasuraman (1988); 2) Kepuasan Konsumen yang didefinisikan sebagai penilaian terhadap hasil dari pengalaman menggunakan produk atau jasa tertentu, menurut Bahruddin dan Zuhri (2016).

Uji validitas, menurut Ghazali (2018), adalah cara untuk melihat akurasi atau ketepatan hasil survei yang diajukan kepada responden. Uji reliabilitas, menurut Sugiyono (2017), adalah pengukuran hasil dari penelitian untuk melihat konsistensi data yang dihasilkan. Model penelitian menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk melihat bagaimana variabel dependen mempengaruhi variabel independen. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, sedangkan uji autokorelasi tidak dilakukan karena data sudah dikelompokkan berdasarkan sumber yang memiliki perselisihan sejenis. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa variabel-variabel dalam model regresi terdistribusi normal. Uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa adanya korelasi antar variabel independen, sedangkan uji heteroskedastisitas untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk variabel secara parsial dan uji F untuk variabel secara simultan, membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dan F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Perusahaan

Universitas Prima Indonesia adalah sebuah universitas swasta yang berlokasi di Provinsi Sumatera Utara, Kota Medan, tepatnya di Jl. Sampul No. 3, Sei Putih Barat, Kelurahan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20118. Universitas ini adalah salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Universitas Prima Indonesia didirikan pada tahun 2001 sebagai Akademi Keperawatan dan Akademi Kebidanan Prima, kemudian pada tahun 2002 berganti nama menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Prima Husada Medan. Pada tahun 2005, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Prima Husada Medan berkembang menjadi Universitas Prima Indonesia. Universitas Prima Indonesia didirikan oleh Prof. Dr. dr. I Nyoman Ehrich Listel, M.Kes., AIFM., AIFO., Sp.KKLP. Cikal bakal Universitas Prima Indonesia bermula dari Akademi Keperawatan dan Akademi Kebidanan Prima Medan yang didirikan pada tahun 2001. Kemudian, pada tahun 2002, berkembang menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Prima Husada Medan, dan pada tahun 2005, berubah menjadi Universitas Prima Indonesia

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis data ini menggunakan Smart PLS untuk melihat apakah setiap indikator pada variabel laten sudah valid dan reliabel serta untuk menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak

Universitas. Smart PLS dipilih karena dalam menganalisis data dan mengujinya tidak memerlukan uji normalitas. Pada penelitian ini menggunakan dua jenis model yaitu outer model dan inner model.

Outer Model

Outer model digunakan untuk melihat hubungan antara setiap indikator terhadap variabelnya serta untuk mengevaluasi nilai dari convergent validity, discriminant validity, serta reliabilitasnya. Dengan melihat nilai masing-masing indikator, dapat ditentukan apakah hasil indikator valid dan reliabel terhadap variabel laten. Pada penelitian ini terdapat 5 variabel independen dan 1 variabel dependen, masing-masing dengan 5 indikator.

Convergent Validity

Convergent Validity digunakan untuk melihat nilai faktor loading setiap indikator apakah valid atau tidak terhadap variabel laten dengan ketentuan nilai faktor loading > 0,70. Berikut adalah hasil dari nilai faktor loading yang telah dianalisis menggunakan Smart PLS: Penggunaan Smart PLS dalam analisis data merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan kompleks antara variabel dalam suatu studi. Pendekatan ini memberikan kemudahan bagi peneliti untuk memahami bagaimana variabel-variabel independen secara keseluruhan maupun secara simultan memengaruhi variabel-variabel terkait. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan Smart PLS, di mana metode ini tidak memerlukan uji normalitas dalam proses pengolahan data. Ketidakperluan akan uji normalitas dalam Smart PLS disebabkan oleh fokusnya pada analisis komponen utama (Partial Least Squares) untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dalam model penelitian yang diuji, bukan pada distribusi data. Smart PLS lebih memperhatikan pemodelan hubungan antar variabel daripada distribusi data.

Tabel 1. Outer Model Convergent Validity

| | Latent Variable 1 | Latent Variable 2 | Latent Variable 3 | Latent Variable 4 | Latent Variable 5 | Latent Variable 6 |
|------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| X1P1 | 0,942 | | | | | |
| X1P2 | 0,942 | | | | | |
| X1P3 | 0,877 | | | | | |
| X1P4 | 0,855 | | | | | |
| X1P5 | 0,860 | | | | | |
| X2P1 | | 0,815 | | | | |
| X2P2 | | 0,874 | | | | |
| X2P3 | | 0,818 | | | | |
| X2P4 | | 0,884 | | | | |
| X2P5 | | 0,787 | | | | |
| X3P1 | | | 0,867 | | | |
| X3P2 | | | 0,671 | | | |

| | | | | | | |
|------|--|--|--------------|--------------|-------|-------|
| X3P3 | | | 0,698 | | | |
| X3P4 | | | 0,878 | | | |
| X3P5 | | | 0,884 | | | |
| X4P1 | | | | 0,860 | | |
| X4P2 | | | | 0,868 | | |
| X4P3 | | | | 0,865 | | |
| X4P4 | | | | 0,881 | | |
| X4P5 | | | | 0,904 | | |
| X5P1 | | | | | | 0,884 |
| X5P2 | | | | | | 0,773 |
| X5P3 | | | | | | 0,927 |
| X5P4 | | | | | | 0,775 |
| X5P5 | | | | | | 0,951 |
| Y1P1 | | | | | 0,900 | |
| Y1P2 | | | | | 0,716 | |
| Y1P3 | | | | | 0,841 | |
| Y1P4 | | | | | 0,886 | |

Sumber: Output Smart Pls

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa masih ada beberapa nilai faktor loading yang $< 0,70$. Namun, menurut Chin (1998) yang dikutip oleh Ghozali (2014), nilai convergent validity antara $> 0,5$ sampai dengan $> 0,6$ dianggap cukup untuk penelitian tahap awal. Meskipun demikian, terdapat beberapa nilai outer loading yang di bawah 0,6 dan tidak signifikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tahap II untuk mendapatkan nilai indikator variabel yang valid dan reliabel. Berikut adalah nilai faktor loading setelah dilakukan penelitian tahap II:

Tabel 2. Validity

| | Latent Variable 1 | Latent Variable 2 | Latent Variable 3 | Latent Variable 4 | Latent Variable 5 | Latent Variable 6 |
|------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| X1P1 | 0,942 | | | | | |
| X1P2 | 0,942 | | | | | |
| X1P3 | 0,876 | | | | | |
| X1P4 | 0,855 | | | | | |
| X1P5 | 0,860 | | | | | |
| X2P1 | | 0,815 | | | | |
| X2P2 | | 0,874 | | | | |
| X2P3 | | 0,818 | | | | |
| X2P4 | | 0,884 | | | | |
| X2P5 | | 0,787 | | | | |
| X3P1 | | | 0,922 | | | |
| X3P4 | | | 0,917 | | | |

| | | | | | | |
|------|--|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| X3P5 | | | 0,892 | | | |
| X4P1 | | | | 0,860 | | |
| X4P2 | | | | 0,868 | | |
| X4P3 | | | | 0,865 | | |
| X4P4 | | | | 0,881 | | |
| X4P5 | | | | 0,904 | | |
| X5P1 | | | | | | 0,884 |
| X5P2 | | | | | | 0,773 |
| X5P3 | | | | | | 0,927 |
| X5P4 | | | | | | 0,775 |
| X5P5 | | | | | | 0,951 |
| Y1P1 | | | | | 0,900 | |
| Y1P2 | | | | | 0,717 | |
| Y1P3 | | | | | 0,841 | |
| Y1P4 | | | | | 0,886 | |

Sumber: Output Smart Pls

Discriminant Validity

Discriminant validity digunakan untuk melihat apakah setiap pertanyaan indikator mewakili setiap variabel dengan model atau konsep yang berbeda, dengan memastikan bahwa nilai setiap variabel lebih besar dibandingkan indikator lain. Berikut adalah hasil dari discriminant validity berdasarkan penelitian.

Tabel 3. Nilai Discriminant Validity

| | Latent Variable 1 | Latent Variable 2 | Latent Variable 3 | Latent Variable 4 | Latent Variable 5 | Latent Variable 6 |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Latent Variable 1 | 0,896 | | | | | |
| Latent Variable 2 | 0,826 | 0,836 | | | | |
| Latent Variable 3 | 0,754 | 0,811 | 0,910 | | | |
| Latent Variable 4 | 0,903 | 0,906 | 0,838 | 0,876 | | |
| Latent Variable 5 | 0,894 | 0,913 | 0,825 | 0,916 | 0,839 | |
| Latent Variable 6 | 0,914 | 0,915 | 0,780 | 0,941 | 0,896 | 0,865 |

Sumber: Output Smart PLS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa ada indikator dengan nilai cross loading yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai cross loading dari variabel lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut dengan melihat nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai dari reliabilitas seperti Cronbach's Alpha dan Composite Reliability dianggap reliabel jika nilai indikator > 0,70. Berdasarkan tabel di atas, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk setiap variabel sudah > 0,70, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel sudah reliabel. Selain itu, nilai AVE pada pengujian discriminant validity harus > 0,5 untuk memastikan bahwa setiap indikator pada variabel laten memiliki konsep yang berbeda dibandingkan dengan variabel lainnya. Maka, berdasarkan hasil pengujian convergent validity, discriminant validity, dan reliabilitas di atas, dapat dinyatakan bahwa variabel pada penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi hubungan simultan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini mengukur sejauh mana variabel-variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Nilai NFI (Normed Fit Index) digunakan untuk menilai kecocokan model dengan data. Dalam penelitian ini, nilai NFI yang digunakan untuk uji F adalah.

Tabel 4. Uji F

| | Saturated Model | Estimated Model |
|-------------------|------------------------|------------------------|
| SRMR | 0,071 | 0,071 |
| d_ULS | 1,931 | 1,931 |
| d_G | 7,700 | 7,700 |
| Chi-Square | 649,396 | 649,396 |
| NFI | 0,554 | 0,554 |

Sumber: Output Smart PLS

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai NFI adalah 0,554, yang lebih besar dari 0,062. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y.

Uji T

Uji T digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini diperiksa berdasarkan nilai T-Statistic dan P-value. Kriteria untuk uji T adalah T-Statistic > 1,96 dan P-value < 0,05. Berikut adalah hasil uji T pada penelitian ini.

Tabel 5. Uji T

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (O/STDEV) | P Values |
|--|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|--------|--------|-------|-------|--------------|
| Tangible -> Kepuasan Konsumen | 0,408 | 0,442 | 0,193 | 2,117 | 0,035 |
| Realiability -> Kepuasan Konsumen | 0,478 | 0,483 | 0,191 | 2,502 | 0,013 |
| Responsiviness -> Kepuasan Konsumen | 0,109 | 0,113 | 0,145 | 0,749 | 0,454 |
| Assurance -> Kepuasan Konsumen | 0,202 | 0,235 | 0,313 | 0,644 | 0,520 |
| Emphaty -> Kepuasan Konsumen | -0,189 | -0,263 | 0,272 | 0,695 | 0,487 |

Sumber: Output Smart PLS

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai Uji T yang diterima sesuai dengan kriteria adalah variabel Tangible terhadap Kepuasan Konsumen dan variabel Reliability terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel lainnya ditolak karena tidak memenuhi persyaratan untuk Uji T.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Pengaruh Tangible terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif antara variabel Tangible terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Uji F (0,55) > 0,062. Selain itu, nilai T-Statistic (2,117) > 1,96 dan nilai P-value (0,035) < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif antara variabel Reliability terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Uji F (0,55) > 0,062. Selain itu, nilai T-Statistic (2,502) > 1,96 dan nilai P-value (0,013) < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif antara variabel Responsiveness terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Uji F (0,55) > 0,062. Namun, nilai T-Statistic (0,759) < 1,96 dan nilai P-value (0,454) > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak.

Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif antara variabel Assurance terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Uji F (0,55) > 0,062. Namun, nilai T-Statistic (0,664) < 1,96 dan nilai P-value (0,520) > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak.

Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh positif antara variabel Empathy terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai Uji F (0,55) > 0,062. Namun, nilai T-Statistic (0,695) < 1,96 dan nilai P-value (0,487) > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak.

Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Kepuasan Konsumen

Setelah dilakukan analisis data, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Namun,

dalam uji T, hanya variabel H1 (Tangible) dan H2 (Reliability) yang berpengaruh secara parsial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Variabel Tangible berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, yang berarti H1 diterima. Demikian pula, variabel Reliability menunjukkan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga H2 diterima. Namun, variabel Responsiveness, Assurance, dan Empathy tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, yang mengakibatkan penolakan terhadap H3, H4, dan H5

REFERENCES

- Astuti, S. P., Wilasari, W., & Utami, D. E. (2012). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian Dengan Fuzzy Servqual Dan Dimensi Carter. *International Research Journal Of Business Studies*, 2(1).
- Mahkota, N. (2008). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode Serqual: Studi kasus pada Bank Mandiri SBDC Jakarta Kota (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Marianti, M. M. (2009). Pengukuran Kualitas Jasa. *Bina Ekonomi*, 13(2).
- Narendra, M. P., Skarayadi, O., Duda, M., & Adirestuti, P. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Apotek Kimia Farma Gatot Subroto Bandung. *Kartika: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 5(1), 31-37.
- Ningsi, B. A. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk dan Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS. *Jurnal Statistika dan Aplikasinya*, 2(2), 8-16.
- Prihanto, A. (2013). Kepuasan dan loyalitas konsumen korporat untuk acara mice terhadap kualitas pelayanan Hotel HSTH. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 165-178.
- Putri, K. I. N. S., & Nurcaya, I. N. (2013). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Ristanti, V., Shihab, M. S., & Rekarti, E. (2011). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 9(17), 1-12.
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2010). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2).
- Woro, M., & Naili, F. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada Pelanggan bus efisiensi (studi po efisiensi jurusan yogyakarta-cilacap). *Jurnal*