
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima, Kota Bima)

Mita Puspitasari *)
N Rachma)**
Aleria Irma Hatneny*)**

Email : mitapuspitasr@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality, timeliness, and delivery rates on loyalty with customer satisfaction as an (case study of JNE Expeditionary users, bima branch, bima city). The method used in this research is explanatory research, the sampling technique used is the accidental quota sampling technique. The population and samples used were 91 respondents. The analysis technique uses multiple linear regression analysis. The result of this study are the quality of service, timeliness, shipping rates have a significant effect on loyalty.

Keywords: service quality, timeliness, shipping rates and customer loyalty

Pendahuluan

Latar Belakang

Persaingan bisnis saat ini semakin ketat di era globalisasi sehingga perkembangan bisnis yang bergerak di bidang industri pengiriman barang terus meningkat. Dan para pelaku bisnis berusaha agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bertambah banyak dan beragam. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman yang dapat di percaya dengan kualitas pelayanan yang baik.

Bisnis jasa saat ini dibutuhkan dan berpengaruh dalam aktivitas konsumen sehari-hari. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan terbaik dan harga yang terjangkau, sehingga memudahkan kegiatan konsumen dalam hal pendistribuan barang dengan jarak jauh dapat tersalurkan dengan baik.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman dan loyalitas terhadap kinerja karyawan JNE Cabang Bima, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bima, Kota Bima**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas layanan ,ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas ?
2. Apakah kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap loyalitas?
3. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas ?
4. Apakah tarif pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas layanan ,ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap loyalitas
3. Untuk mengetahui dan menganalisis ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas
4. Untuk mengetahui dan menganalisis tariff pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta edukasi keintelektual sehingga penelitian ini bisa digunakan sebagai sarana untuk mengkaji secara ilmiah tentang pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan tarif pengiriman terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*

Tinjauan Teori

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan syarat menuju sukses semua bisnis. Pelanggan loyal adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu yang mereka dapatkan sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapa pun yang merka kenal.

Karkteristik Pelanggan Yang Loyal

- 1) Melakukan pembelian secara teratur
- 2) Membeli diluar produk lini produk/jasa
- 3) Merekomendasikan produk lain
- 4) menunjukkan kekebalan dari daya Tarik produk sejenis

Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut supranto (2006), “adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”.

Dimensi Kualitas Pelayanan

1. Bukti langsung (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati

Ketepatan Waktu

“*Timeliness* yaitu suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan”.

Dimensi Ketepatan Waktu

Terdapat tiga dimensi utama yang disusun urutan tingkat kepentingannya dalam ketepatan waktu

1. Transportasi yang digunakan
2. Estimasi barang sampai ke penerima
3. Jarak yang ditempuh

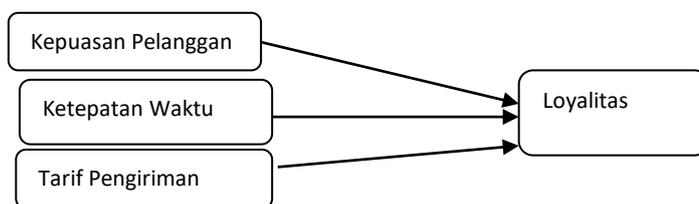
Tarif Pengiriman

Price adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa

Indikator Tarif Pengiriman

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat produk/jasa

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1: Kualitas Layanan ,Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas
 H2: Kualitas Pelayanan, Berpengaruh Terhadap Loyalitas
 H3: Ketepatan Waktu Berpengaruh Terhadap Loyalitas
 H4: Tarif Pengiriman Berpengaruh Terhadap Loyalitas

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi JNE cabang Bima, Kota Bima dengan konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang di JNE tersebut yang akan dijadikan sebagai responden penelitian. Penelitian dilakukan pada bulan April sampai dengan Juni 2020

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, (sugiyono (2014)). Populasi dalam penelitian

ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang JNE cabang Bima, Kota Bima. Dari bulan April – Juni didapatkan sebesar 1.002 pelanggan didapatkan rata-rata perbulan sebesar 340 pelanggan dikalikan selama 3 bulan hasilnya 1.002 pelanggan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji Validitas

NO	Variabel	Indikator	jumlah data	R tabel	R Hitung	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	X1.1	91	0,206	0,9	Valid
2		X1.2	91	0,206	0,9	Valid
3		X1.3	91	0,206	0,686	Valid
4		X1.4	91	0,206	0,769	Valid
5	Ketepatan Waktu	X2.1	91	0,206	0,583	Valid
6		X2.2	91	0,206	0,917	Valid
7		X2.3	91	0,206	0,92	Valid
8		X2.4	91	0,206	0,922	Valid
9		X2.5	91	0,206	0,722	Valid
10	Tarif Pengiriman	X3.1	91	0,206	0,621	Valid
11		X3.2	91	0,206	0,778	Valid
12		X3.3	91	0,206	0,697	Valid
13		X3.4	91	0,206	0,663	Valid
14		X3.5	91	0,206	0,504	Valid
15	Loyalitas	Y1.1	91	0,206	0,662	Valid
16		Y1.2	91	0,206	0,908	Valid
17		Y1.3	91	0,206	0,873	Valid
18		Y1.4	91	0,206	0,646	Valid
19	Kepuasan Pelanggan	Z1.1	91	0,206	0,912	Valid
20		Z1.2	91	0,206	0,754	Valid
21		Z1.3	91	0,206	0,59	Valid
22		Z1.4	91	0,206	0,882	Valid

Uji validitas untuk menunjukkan seberapa jauh indikator atau item-item yang digunakan untuk mengukur variabel, valid atau tidak. indikator atau item-item dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X^1)	0,834	Reliabel
Ketepatan Waktu (X^2)	0,878	Reliabel
Tarif Pengiriman (X^3)	0,655	Reliabel
Kapuasan Pelanggan (Z)	0,803	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,787	Reliabel

Sumber : Data diolah 2020

Diketahui instrumen indikator yang digunakan memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dapat dikatakan instrument yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji normalitas

Uji Normalitas

	KualitasPelayanan	Ketepatanwaktu	TarifPengiriman	Loyalitas	KepuasanPelanggan
N	91	91	91	91	91
Normal parameters(a,b)					
Mean	15,10989	18,09890	19,54945	15,31868	15,01099
Std. Deviation	2,566669	3,262770	2,595996	2,444400	2,738590
Most Extreme Differences					
Absolute	,135	,094	,111	,159	,117
Positive	,129	,071	,111	,159	,117
Negative	-,135	-,094	-,077	-,119	-,087
Kolmogorov-Smirnov Z	1,287	,893	1,062	1,021	1,118
Asymp. Sig. (2-tailed)	,073	,403	,210	,290	,164

Pedoman pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah apabila nilai probabilitas (Asymp. Sig) > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Dan berdasarkan data Tabel 4.11 didapat nilai (Asymp. Sig) variabel Loyalitas (Y) sebesar 0,290 dan variabel kepuasan Pelanggan (Z) sebesar 0,164 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa data telah berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,865	1,043		1,789	,077		
	KualitasPelayanan	,002	,122	,003	,020	,984	,179	5,572
	KetepatanWaktu	,262	,082	,350	3,206	,002	,248	4,027
	TarifPengiriman	,192	,093	,204	2,060	,042	,304	3,292

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.12 hasil menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel X1 yaitu 5,572 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilai VIF <10.00 dan nilai tolerance >0,1, selanjutnya pada variabel x2 menunjukkan nilai yaitu 4,027 yang berarti tidak terdapat multikolinearitas dengan asumsi nilai VIF <10.00 dan nilai tolerance >0,1, pada variabel X3 yaitu 3,292 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearisitas karena nilai VIF <10.00 dan nilai tolerance >0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,865	1,043		1,789	,077
	KualitasPelayanan	,002	,122	,003	,020	,984
	KetepatanWaktu	,262	,082	,350	3,206	,002
	TarifPengiriman	,192	,093	,204	2,060	,042

sumber: data diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.13 hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu (X2), dan tarif pengiriman (X3) memiliki nilai sig. > 0,05, maka dapat dijelaskan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,700	,824		-2,063	,042
	KualitasPelayanan	,435	,087	,408	4,975	,000
	KetepatanWaktu	,333	,056	,397	5,965	,000
	TarifPengiriman	,210	,072	,199	2,927	,004

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai beta variabel Kualitas pelayanan 0,435 yang merupakan nilai X₁ terhadap variabel Loyalitas(Y). Nilai beta untuk variabel ketepatan waktu sebesar 0,333 yang merupakan nilai X₂ terhadap variabel Loyalitas(Y). Nilai beta untuk variabel tarif pengiriman sebesar 0,210 yang merupakan nilai X₃ terhadap variabel Loyalitas(Y). Sehingga didapat model persamaan matematisnya sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + B$$

pada tabel 4.16 diperoleh hasil adjusted R^2 sebesar 0,861. Artinya bahwa 86.1% variabel loyalitas pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X_1), ketepatan waktu (X_2), dan tarif pengiriman (X_3) sedangkan sisanya 13,9. % dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) , Ketepatan Waktu (X_2) dan Tarif Pengiriman (X_3) Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas (Y).

Berdasarkan hasil uji F dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 186,346 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka model regresi yang digunakan memiliki nilai signifikan yang baik untuk digunakan yaitu $< 0,05$. Sehingga dapat dijelaskan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1), ketepatan waktu (X_2), dan tarif pengiriman (X_3) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumayanti Ritonga, Muhammad H.F (2021), Sartika, dkk (2022) menyatakan bahwa tarif dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Loyalitas (Y).

Berdasarkan pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) secara langsung terhadap Loyalitas (Y) didapatkan nilai koefisien β sebesar 0,003 dengan nilai signifikan sebesar 0,984. Dikarenakan lebih besar daripada standar nilai signifikansi yaitu 0,05, maka dapat dikatakan bahwasanya variabel Kualitas pelayanan (X_1) tidak berpengaruh terhadap variabel Loyalitas (Y).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tengku Putri Lindung Bulan (2016), Lisnadianti, Anggi (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Maka kualitas pelayanan di Ekspedisi JNE Cabang Bima dapat menumbuhkan loyalitas konsumen

Pengaruh Ketepatan Waktu (X_2) Terhadap Loyalitas (Y).

Berdasarkan pengaruh Ketepatan waktu (X_2) secara langsung terhadap Loyalitas (Y) didapatkan nilai koefisien β sebesar 0,350 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Dikarenakan lebih kecil daripada standar nilai signifikansi yaitu 0,05, maka dapat dikatakan bahwasanya variabel Ketepatan waktu (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas (Y).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sartika, dkk (2022) yang menyatakan bahwasanya Ketepatan Waktu berpengaruh terhadap loyalitas. Jadi Ketepatan Waktu di Ekspedisi JNE Cabang Bima dapat menumbuhkan loyalitas konsumen

Pengaruh Tarif Pengiriman (X_3) Terhadap Loyalitas (Y).

Berdasarkan pengaruh tarif pengiriman (X_3) terhadap Loyalitas (Y) didapatkan nilai koefisien β sebesar 0,204 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Dikarenakan lebih kecil daripada standar nilai signifikansi yaitu 0,042, maka dapat dikatakan bahwasanya variabel tarif pengiriman (X_3) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Loyalitas (Y).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumayanti Ritonga, Muhammad H.F (2021) Hal ini Menjelaskan bahwasannya Tarif pengiriman di

Ekspedisi JNE Cabang Bima dapat menumbuhkan loyalitas konsumen untuk selalu menggunakan jasa ekspedisi JNE Bima

Simpulan

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan Tarif pengiriman, terhadap loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas
3. Ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas
4. Tarif pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan masih banyak variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas
- b. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima. Semoga peneliti selanjutnya bisa mengambil study kasus ditempat lain sehingga hasil analisis bisa lebih akurat dan mendalam.
- c. Penggunaan kusioner menjadi keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

Saran

Pemberian pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, kepuasan pelanggan dan loyalitas penting untuk lebih ditingkatkan lagi guna mendapatkan hasil dan penerapan operasional perusahaan yang lebih bagus lagi.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil analisis yang sudah dijelaskan sebelumnya, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan diharapkan lebih meningkatkan operasional dan melihat dan mempertimbangkan rata-rata terendah pada setiap variabel pengaruh ketepatan waktu dan tarif pengiriman.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa mengambil keterbatasan peneliti yaitu peneliti hanya menyebar melalui *google form* sehingga kurang maksimal dan menambah variabel yang belum ada yaitu selain pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, kepuasan pelanggan dan loyalitas guna menunjang kesempurnaan skripsi ini.

Daftar Pustaka

Abidin, A. Z., Poniwati, A., Negoro, B. K. 2017. “Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen pada PT. Go-jek Surabaya”. *Jurnal manajemen Branchmark*, Vol. 3 No.3: Hal 826-837.

- Aminah, Rafani, Y., Hariani. 2017. “Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*. Vol 17, No.2.
- Anis Chariri dan Imam Ghozali. 2001. Teori akuntansi. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.
- A Parasuraman, Valerie, A. Z., Leonard. 1985. “A conceptual model of service quality and its implication for future research”. *Journal of marketing*. Volume 49.
- Apriyadi, D. 2017. Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas, dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di Stasiun Purwosari. *Magistra*.
- Arvientama, dkk. 2016. “Peningkatan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Untuk Kepuasan Pelanggan Agar Tercipta Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal. Semarang. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pandanaran*.
- Batara, A.A. 2003. Dasar-dasar pelayanan prima. Jakarta: PT. Elex media komputindo.
- Choerunnisa, S P, Rachma, N, Hatneny, A I. 2017. “Pengaruh pemulihan layanan terhadap loyalitas pelanggan jne express dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening”. *e-jurnal riset manajemen prodi manajemen fakultas ekonomi unisma*.
- Dennisa, E A dan Santoso, S B. 2016. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada klinik kecantikan cosmedic semarang). *Diponegoro journal of management*. Vol. 5, (3), Hal. 4.
- Evans, J.R. and Lidsay.W.M. 2005. *The management and control of quality, sixth edition*, Singapore, thomson south western.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang : Badan penerbit universitas Diponegoro.
- Grifiin, Jill. 2003. Customer loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hafizha, Abdurrahman dan Nurhayani 2019.”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol.2
- Hani Handoko. 2010. manajemen personalia & sumberdaya manusia, Edisi kedua, BPFE UGM Yogyakarta.
- Husein Umar. 2008. Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. Jakarta: PT RahaGrafindopersada.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-prinsip manajemen. Edisi 14, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller . 2012. Manajemen pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen pemasaran Edisi 12 jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, A., & Kusumawardhani, A. 2017. “Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UMKM Batik di Pekalongan”. *Diponegoro Journal of Management*, 6 (4), 175-185.
- Mulya. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Kosumen Pada Jasa Pengiriman Barang JNE kota tegal kantor pusat”.

-
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6. pp. 123-136.
- Prasetyo. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal.Semarang.Universitas Negeri Semarang*.
- Ridwan. 2007. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : ANDI
- Sani, Achmad & Vivin Maharani. 2013. Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (teori, Kuesioner dan Analisis Data). Malang : UIN.
- Sugiyono. 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. “SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press”.
- Supranto. 2006. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. 2014. Branding & brand longevity di Indonesia. *Yogyakarta: Andi*

Mita Puspitasari *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Dra N Rachma **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Aleria Irma Hatneny ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma