

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FREIGHT FORWARDING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT ARINDO JAYA MANDIRI SEMARANG

Devi Kumalasari, Rif'ah Dwi Astuti, Jozef Bambang Tri Joga  
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

## ABSTRACT

*This study aims to identify and explain the Impact of Customer's Satisfaction Toward Service Quality at PT Arindo Jaya Mandiri Semarang with the population of 32 companies. Data used in this study is primary and the technique to collect data through questionnaire (questionnaire) with numeric scale measurement. To determine the impact of service quality on Customer's Satisfaction can be partially seen from (T) test calculations and can be simultaneous seen from (F) test calculations. While determination ( $R^2$ ) can be used to determine the direct effect of the variable of service upon customer's satisfaction. After the data were analyzed by SPSS 17 the equation of  $Y = -3,149 + 0,200 X_1 + 0,393 X_2 + 0,261 X_3 + 0,269 X_4 + 0,215 X_5$  was founded.*

*Further more the coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.770 which means that the impact of service quality on customer's satisfaction was 77% and the rest is determined by factors other than those being used in result of the study. Based on the data processing is done can be viewed and obtained significant value  $0.000 < 0.05$  of significance level. Based on the results of research conducted by the 32 respondents, it can be seen that the respondents expressed freight forwarding services is already well. It can be concluded that the hypothesis is accepted, meaning that there is effect of service quality on customers' satisfaction.*

**Keyword:** Customers Satisfaction, Service Quality, t test, f test, research

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, pertumbuhan ekonomi juga mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini secara tidak langsung mendorong pembangunan dan pengembangan masyarakat Indonesia secara menyeluruh. Oleh karena itu, sebagai tolok ukur kemajuan suatu negara adalah kemajuan sektor ekonominya yang didasarkan atas bagaimana perkembangan bisnis dalam negara tersebut dimana

perusahaan-perusahaan bergerak dalam berbagai bidang usaha. Apabila membicarakan tentang perekonomian, maka tidak akan terlepas dari perdagangan. Dimana saat ini perdagangan merupakan kegiatan yang penting, baik perdagangan dalam negeri maupun perdagangan luar negeri. Di era globalisasi ini, perdagangan semakin berkembang, hal ini dikarenakan semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan suatu barang. Selain itu, faktor lain yang mendukung berkembangnya

perdagangan adalah perkembangan ilmu dan teknologi. Ekspor dan Impor merupakan kegiatan yang mendukung terlaksananya perdagangan antar negara. Pengertian dari ekspor sendiri adalah Proses pengangkutan barang dari satu negara ke negara lain. Lawan dari kegiatan ekspor adalah impor. Impor adalah proses transportasi atau komoditas dari suatu negara ke negara lain secara legal, umumnya pada proses perdagangan. Bisnis Forwarding adalah salah satu bisnis yang menyediakan layanan untuk Ekspor dan Impor barang. Dalam PER 178/PJ/2006 yang kemudian dicabut dengan terbitnya PER 70/PJ/2007 yaitu mengacu pada Keputusan Menteri Perhubungan No.KM/10 Tahun 1988 tentang Jasa Pengurusan Transportasi. Berdasarkan SK Menhub tersebut, yang dimaksud dengan Jasa Freight Forwarding adalah sebagai berikut : “Usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang, untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, laut dan udara yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan pengukuran, penimbangan, pengurusan

penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, klaim asuransi, atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya”. Karena semakin berkembangnya kegiatan ekspor dan impor dalam suatu negara, tentu akan mempengaruhi pula berkembangnya bisnis *freight forwarding*. Sekarang ini, banyak perusahaan *forwarding* baru bermunculan dan membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan perusahaan mana yang memiliki *service* lebih baik dan memuaskan. Hal inilah yang menuntut para pebisnis untuk tetap bertahan dan terus memberikan *service* yang baik kepada pelanggan. Kepuasan dan keluhan pelanggan sangatlah penting untuk diperhatikan karena akan berpengaruh pada perusahaan ataupun pendapat perusahaan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithamal dan bitner, 1996) dalam Lupiyoadi (2008: 254). Kunci utama dalam mengelola mutu jasa yang baik adalah dengan adanya kemudahan dalam mengakses dan berkomunikasi, dapat mendeferensiasikan dirinya dengan

menghantarkan kualitas yang lebih tinggi secara konsisten dibandingkan pesaingnya, dapat mengidentifikasi apa yang diharapkan pelanggan, dan juga kompetensi karyawan yang dapat diandalkan (Lupiyoadi, 2008: 255)

Pendekatan SERVQUAL (*Service Quality*) adalah pendekatan yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman et al dikutip dalam Ratnasari dan Aksa (2011: 107-108) terdapat lima dimensi kualitas layanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), dan *tangibles* (kasat mata). Pelanggan membandingkan jasa yang diharapkan dengan jasa yang diterimanya, apakah pelanggan merasa puas atau tidak terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan menggunakan kelima dimensi di dalam SERVQUAL tersebut, diharapkan perusahaan dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan sudah memuaskan atau belum memuaskan. Ketepatan jadwal, pengetahuan karyawan, respon yang baik, jaminan, perhatian, lingkungan perusahaan merupakan beberapa alasan utama

pelanggan menggunakan kembali jasa PT Arindo Jaya Mandiri Semarang. Oleh karena itu variabel-variabel diatas merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang nantinya akan dijabarkan dalam dimensi SERVQUAL yang meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FREIGHT FORWARDING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT ARINDO JAYA MANDIRI SEMARANG”

## TINJAUAN PUSTAKA

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan hal tersebut sulit untuk membedakan antara barang dan jasa. Hal ini dikarenakan setiap pembelian suatu barang pasti disertai jasa-jasa tertentu begitu pula sebaliknya. Wahjono (2010:

11) mendefinisikan jasa bahwa: “Seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya”.

### **Kualitas pelayanan jasa**

Menurut Riyadi (2012: 54), “kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Selanjutnya, menurut Parasuraman et al dikutip dalam Ratnasari dan Aksa (2011: 107-108) ada lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa, yaitu :

1. *Tangible* (bukti fisik), yaitu hal-hal yang nyata secara fisik.
2. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan untuk menolong

pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

4. *Assurance* (jaminan), yaitu sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan merasa aman dan terbebas dari risiko.
5. *Empathy* (empati), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.

### **Kepuasan pelanggan**

Menurut Kotler dalam Kristianto (2011: 30) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Jika kinerja yang dirasakan oleh konsumen lebih rendah daripada harapan maka konsumen merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja yang dirasakan konsumen lebih tinggi daripada harapan maka konsumen merasa puas.

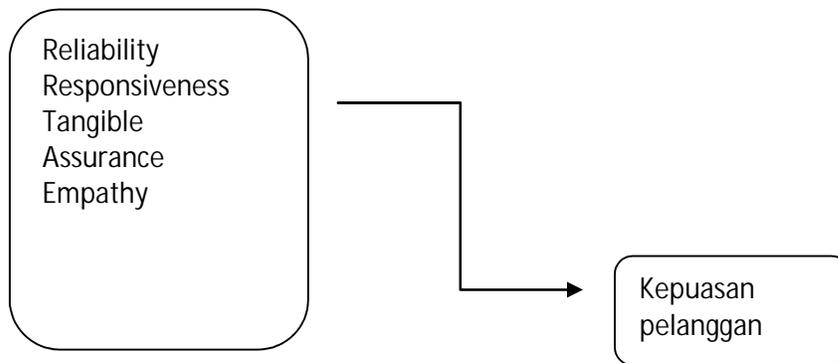
### **Freight forwarding**

Menurut SDM Logistik (2008) dikutip dalam (Baharudin, 2012), yang dimaksud dengan jasa pengurusan transportasi

(*freight forwarding*) adalah usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman atau penerimaan barang melalui transportasi darat, laut dan udara yang dapat mencakup penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan, pengukuran, penimbangan,

pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, perhitungan biaya, angkutan klaim, asuransi atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya.

**Gambar 1**  
**Kerangka pemikiran**



sumber : (Supranto, 2006), (Fransisca, 2010), Indri dan Nurcaya, 2013), (Baharudin, 2012), (Nurazizah, 2013), (Dibyantoro dan nani, 2012) dikembangkan untuk penelitian ini.

### Hipotesis

Ha1 :Ada pengaruh yang signifikan antara *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 :Ada pengaruh yang signifikan antara *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3 :Ada pengaruh yang signifikan antara *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan.

Ha4 :Ada pengaruh yang signifikan antara *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

Ha5 :Ada pengaruh yang signifikan antara *Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

**METODE PENELITIAN**

**Populasi**

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan kesimpulan (Wijaya, 2013: 27). Dalam penelitian yang dilakukan pada PT Arindo Jaya Mandiri, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap PT Arindo Jaya Mandiri sebanyak 32 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampling sensus.

**Metode analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji F, uji t, uji asumsi klasik serta koefisien determinasi.

**HASIL PEMBAHASAN**

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara kehandalan(?), daya tanggap (?), bukti fisik (?), jaminan (?), perhatian (?) terhadap kepuasan pelanggan (Y). dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil output regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.149	1.573		-2.002	.056
	Reliability	.200	.091	.222	2.209	.036
	responsiveness	.393	.139	.281	2.820	.009
	Tangible	.261	.114	.239	2.299	.030
	Assurance	.269	.106	.269	2.523	.018
	Emphaty	.215	.098	.260	2.183	.038

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan  
 Sumber: Hasil olah data SPSS, 2015

Dengan rumus  $Y = -3,149 + 0,200 X_1 + 0,393 X_2 + 0,261 X_3 + 0,269 X_4 + 0,215 X_5$   
Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut:

1. Koefisien  $X_1$  : 0.200

Merupakan nilai koefisien dari variabel Kehandalan (*reliability*) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Artinya jika Kehandalan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan setiap satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,200 atau 20%

2. Koefisien  $X_2$  : 0.393

Merupakan nilai koefisien dari variabel Daya tanggap (*responsiveness*) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Artinya jika Daya tanggap ( $X_2$ ) mengalami kenaikan setiap satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,393 atau 39,3%

3. Koefisien  $?_?$  : 0,261

Merupakan nilai koefisien dari variabel Bukti fisik (*tangible*) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Artinya jika Bukti fisik ( $?_?$ ) mengalami kenaikan

setiap satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,261 atau 26,1%

4. Koefisien  $?_?$  : 0,269

Merupakan nilai koefisien dari variabel Jaminan (*Assurance*) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Artinya jika Bukti fisik ( $?_?$ ) mengalami kenaikan setiap satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,269 atau 26,9%

5. Koefisien  $?_?$  : 0,215

Merupakan nilai koefisien dari variabel Empati (*Emphaty*) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Artinya jika Bukti fisik ( $?_?$ ) mengalami kenaikan setiap satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,215 atau 21,5% .

### Hasil pengujian hipotesis Uji t

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependennya (Purwanto dan Sulistyastuti, 2007: 193).

Tabel 3

Hasil output Uji T

Variabel	Thitung	Ttabel	Nilai signifikansi	Nilai signifikansi	Keterangan
Reliability	2,209	2,04	0,036	0,05	Signifikan
Responsiveness	2,820	2,04	0,009	0,05	Signifikan
Tangible	2,299	2,04	0,030	0,05	Signifikan
Assurance	2,523	2,04	0,018	0,05	Signifikan
Emphaty	2,183	2,04	0,038	0,05	Signifikan

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2015

**1) Uji hipotesis pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan pelanggan**

Hipotesis:

Ho1 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha1 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penghitungan didapat nilai t hitung sebesar 2,209 Apabila dilihat pada tabel t dengan  $\alpha = 5\%$  di dapat t tabel sebesar 2,04 Ini berarti bahwa t

hitung  $>$  t tabel ( $2,209 > 2,04$ ) dan nilai signifikansi 0,036 dengan demikian Ho1 ditolak sedangkan Ha1 diterima. Artinya dari hasil penelitian diyakini bahwa 95% ada pengaruh signifikan dari variabel Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

**2) Uji hipotesis pengaruh Daya tanggap terhadap Kepuasan pelanggan**

Hipotesis:

Ho2 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penghitungan didapat nilai t hitung sebesar 2,820 Apabila dilihat pada tabel t dengan  $\alpha = 5\%$  di dapat t tabel sebesar 2,04 Ini berarti bahwa t

hitung > t tabel (2,820 > 2,04) dan nilai signifikansi 0,009 dengan demikian Ho2 ditolak sedangkan Ha2 diterima. Artinya dari hasil penelitian diyakini bahwa 95% ada pengaruh signifikan dari variabel Daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

3) **Uji hipotesis pengaruh Bukti fisik terhadap Kepuasan pelanggan**

Hipotesis:

Ho3 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penghitungan didapat nilai t hitung sebesar 2,299 Apabila dilihat pada tabel t dengan  $\alpha = 5\%$  di dapat t tabel sebesar 2,04 Ini berarti bahwa t hitung > t tabel (2,299 > 2,04) dan nilai signifikansi 0,030 dengan demikian Ho3 ditolak sedangkan Ha3 diterima. Artinya dari hasil penelitian diyakini bahwa 95% ada pengaruh signifikan dari variabel Keandalan terhadap kepuasan pelanggan.

4) **Uji hipotesis pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan pelanggan**

Hipotesis:

Ho4 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Jaminan terhadap kepuasan pelanggan

Ha4 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Jaminan terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penghitungan didapat nilai t hitung sebesar 2,523 Apabila dilihat pada tabel t dengan  $\alpha = 5\%$  di dapat t tabel sebesar 2,04 Ini berarti bahwa t hitung  $>$  t tabel ( $2,523 > 2,04$ ) dan nilai signifikansi 0,018 dengan demikian Ho4 ditolak sedangkan Ha4 diterima. Artinya dari hasil penelitian diyakini bahwa 95% ada pengaruh signifikan dari variabel Jaminan terhadap kepuasan pelanggan.

5) **Uji hipotesis pengaruh Empati terhadap Kepuasan pelanggan**

Hipotesis:

Ho5 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel Empati terhadap kepuasan pelanggan

Ha5 : Ada pengaruh signifikan antara variabel Empati terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil penghitungan didapat nilai t hitung sebesar 2,183 Apabila dilihat pada tabel t dengan  $\alpha = 5\%$  di dapat t tabel sebesar 2,04 Ini berarti bahwa t hitung  $>$  t tabel ( $2,183 > 2,04$ ) dan nilai signifikansi 0,038 dengan demikian Ho5 ditolak sedangkan Ha5 diterima. Artinya dari hasil penelitian diyakini bahwa 95% ada pengaruh signifikan dari variabel Kehandalan terhadap kepuasan pelanggan.

### Hasil uji simultan (uji F)

Menurut Kuncoro (2007: 82) “Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model/persamaan regresi yang mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat”.

Tabel 4  
Hasil output Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	116.941	5	23.388	21.769	.000 <sup>b</sup>
Residual	27.934	26	1.074		
Total	144.875	31			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Reliability, responsiveness, Tangible, Assurance  
b. Dependent Variable: Kepuasan\_pelanggan

Sumber: hasil olah data SPSS, 2015

Pada tabel Anova diperoleh nilai F hitung = 21,769 sedangkan F tabel pada tingkat signifikansi 5 % dan  $df=n-k-1$  ( $32-5-1=26$ ) sebesar 2,59 yang artinya F hitung > F tabel maka  $H_{o1}$ ,  $H_{o2}$ ,  $H_{o3}$ ,  $H_{o4}$ ,  $H_{o5}$  ditolak dan  $H_{a1}$ ,  $H_{a2}$ ,  $H_{a3}$ ,  $H_{a4}$ ,  $H_{a5}$  diterima. T tingkat signifikansi dari tabel diatas adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima. ini berarti variabel independen *Kehandalan, Daya*

*tanggap, Bukti fisik, Jaminan, Empati* secara simultan benar-benar berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Dengan kata lain variabel-variabel independen *Kehandalan, Daya tanggap, Bukti fisik, Jaminan, Empati* mampu menjelaskan besarnya variabel dependen kepuasan pelanggan.

### Koefisien Determinasi

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2007:195) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) adalah mengukur besarnya presentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya. Apabila nilai koefisien determinasi bernilai kecil, maka semakin kecil pula nilai pengaruh variabel dependen terhadap independennya.

Tabel 5

### Hasil uji koefisien determinasi

Sumber: Hasil dat SPSS, 2015

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 <sup>a</sup>	.807	.770	1.03652

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Reliability, responsiveness, Tangible, Assurance

Pada tabel di atas diperoleh nilai Adjusted  $R^2 = 0,770 = 77\%$  ini berarti variabel bebas *Kehandalan, Daya tanggap, Bukti fisik, Jaminan, Empati* secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 77% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pelayanan jasa freight forwarding yang diberikan PT Arindo Jaya Mandiri Semarang kepada pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Dari hasil uji analisis, dapat diketahui bahwa secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara *Kehandalan (reliability)* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dari hasil uji analisis, dapat diketahui bahwa secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara *Daya tanggap (responsiveness)* terhadap kepuasan pelanggan.

3. Dari hasil uji analisis, dapat diketahui bahwa secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara *Bukti fisik (tangible)* terhadap kepuasan pelanggan.
4. Dari hasil uji analisis, dapat diketahui bahwa secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara *Jaminan (Assurance)* terhadap kepuasan pelanggan.
5. Dari hasil uji analisis, dapat diketahui bahwa secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara *empati (Emphaty)* terhadap kepuasan pelanggan.
6. Dari hasil uji analisis, secara keseluruhan kelima dimensi variabel memiliki angka indeks yang tinggi, akan tetapi daya tanggap memiliki angka indeks yang paling tinggi yaitu sebesar 74,4% yang artinya, pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan seperti kemampuan cepat tanggap karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan, kemampuan dalam mengatasi keluhan dan kemampuan dalam menghadapi keluhan pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Baharudin, 2012. Skripsi. *Pengaruh Keandalan jaminan dan Daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa PT. APEX Semarang*: Universitas Diponegoro
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih Sulistyastuti . 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta. Gava Media.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Teori dan kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Riyadi, 2012. *Pemasaran Jasa*. Semarang: MediaAN Polines.
- Supranto. 2006. *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan: Untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kristianto, Paulus Lilik. 2011. *PSIKOLOGI PEMASARAN Integrasi Ilmu Psikologi dalam Kegiatan Pemasaran*. Yogyakarta: Caps
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan bisnis*: Yogyakarta: Graha Ilmu

