

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan J&T Express Saribudolok Dengan Metode *Servqual*

Erika¹, Nataya Charoonsri Rizani² dan Dikki Godipa Saragih³

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri,

Institut Sains dan Teknologi Nasional

Jl. Moh. Kahfi II, Jagakarsa, Jakarta 12640 Indonesia., Telp. : (021)7270090

e-mail : er1k4_ye2n1@yahoo.com¹⁾, natayarizani@istn.ac.id²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Saribudolok. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan dimensi baik bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati diperoleh nilai persepsi sebesar 3,85 dan nilai ekspektasi sebesar 4,32 sehingga diperoleh nilai *servqual* sebesar -0,48 yang artinya seluruh dimensi belum memenuhi ekspektasi/harapan konsumen karena nilai persepsi masih di bawah ekspektasi masyarakat/ konsumen

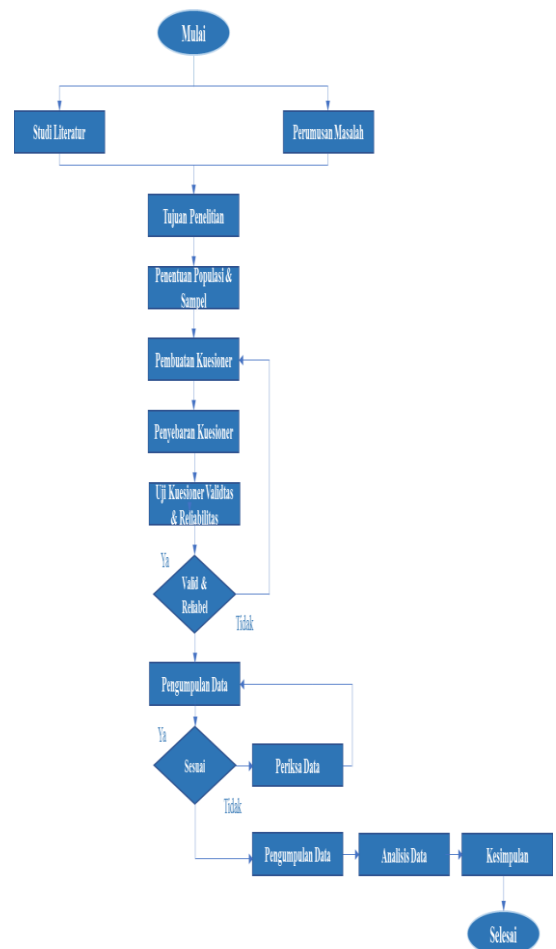
Kata Kunci--- *Kepuasan Pelanggan, Metode Servqual*

I. PENDAHULUAN

Dari beberapa perusahaan layanan yang dikenal oleh masyarakat, J&T merupakan salah satu penyedia layanan pengiriman yang berdiri pada tahun 2015. Dibandingkan dengan perusahaan lain seperti PT. Pos yang berdiri pada tahun 1946, TIKI yang berdiri pada tahun 1970 dan ada juga JNE yang berdiri tahun 1990, J&T merupakan salah satu penyedia layanan pengiriman yang termasuk baru. Walaupun masih tergolong perusahaan baru, J&T khususnya J&T Express sudah menerapkan pembangunan teknologi sebagai sistem jaringan ekstensif untuk memfasilitasi layanan ekspres bagi pelanggan di seluruh Indonesia. Jangkauan pengiriman tersebut dilakukan dalam kota, antar kota, antar provinsi, hingga ke daerah-daerah yang terjangkau dan juga pelanggan e-commerce. J&T Express menyediakan layanan penjemputan dengan kecepatan transmisi yang tinggi, dan pada saat yang sama juga mendukung pertumbuhan bisnis e-commerce.

Layanan pengiriman barang J&T sudah beroperasi selama kurang lebih 8 tahun dengan perkembangan yang cukup pesat. Akan tetapi, J&T harus menyadari adanya persaingan yang terjadi dengan layanan pengiriman lainnya, terutama dalam menarik konsumen. Cara lain yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen menggunakan layanan pengiriman yaitu dengan menawarkan harga dan kualitas layanan yang lebih baik sehingga kedepannya diharapkan mampu mempertahankan konsumennya. J&T Express perlu memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan agar dapat bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya, memperoleh keuntungan dan mendapatkan loyalitas pelanggan.

II. METODA



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisa Servqual Keseluruhan

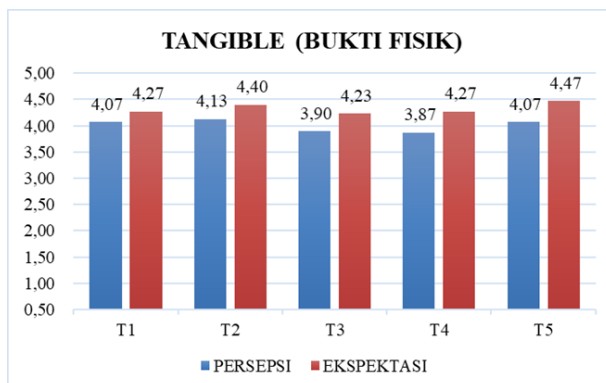
Tabel 1. Kualitas keseluruhan pelayanan J&T Express cab. Saribudolok

Persepsi	Ekspektasi	Servqual score	Weighted Servqual	Actual Servqual
3,85	4,32	-0,48	-0,10	89%

Analisa metode Servqual berfungsi untuk mengukur kesenjangan (*gap*) antara ekspektasi dan persepsi masyarakat/pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Didapatkan nilai Servqual sebesar -0,48 Nilai negatif disini menunjukkan terjadinya *gap* negatif antara nilai persepsi dan ekspektasi masyarakat terhadap kualitas pelayanan J&T Express Saribudolok, dimana kinerja yang telah dilakukan J&T Express Saribudolok masih di bawah harapan masyarakat. Kinerja tersebut dapat dinilai berdasarkan *actual servqual score* J&T Express Saribudolok sebesar 89% harapan masyarakat. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa J&T Express Saribudolok masih harus melakukan berbagai usaha untuk memperbaiki dan menghilangkan *gap* kualitas pelayanannya. Pada kolom *Weight Servqual Score* diperoleh sebesar -0,10 Nilai negative ini mengidentifikasikan bahwa kualitas pelayanan yang telah diterima masyarakat Saribudolok dan sekitarnya belum memenuhi harapan mereka.

3.2. Analisa dimensi Servqual

3.2.1. Dimensi Bukti Fisik (Tangible)

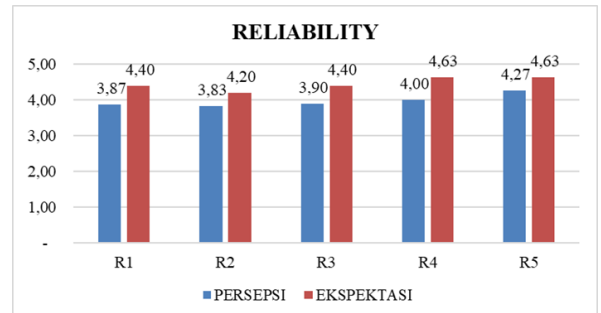


Gambar 1. Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi untuk dimensi Tangible

Pada atribut T1, yaitu Karyawan J&T Express Saribudolok berpenampilan rapi dan sopan, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,27 dan nilai persepsinya 4,07. Ini menunjukkan bahwa persepsi masih berada dibawah harapan masyarakat. Pada atribut T2, yaitu J&T Express Saribudolok memiliki website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi pengiriman, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,40 dan nilai persepsi sebesar 4,13. Pada atribut T3 yaitu J&T Express Saribudolok memiliki ruang tunggu yang

bersih dan nyaman, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,23 dan nilai persepsi sebesar 3,90. Pada atribut T4 yaitu lokasi drop point J&T Express Saribudolok yang Strategis, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,27 dan nilai persepsi sebesar 3,87. Pada atribut T5 yaitu Tarif pengiriman paket yang murah, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,47 dan nilai persepsi sebesar 4,07.

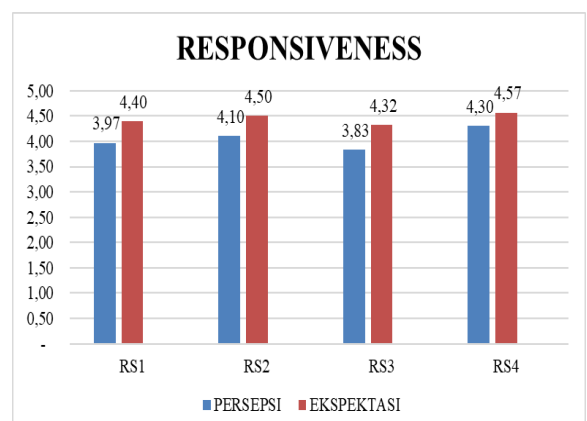
3.2.2. Dimensi Kehandalan (Reliable)



Gambar 2. Dimensi Reliable

Pada atribut R1 yaitu jangkauan pengiriman, J&T Express memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,40 dan nilai persepsi sebesar 3,87. Pada atribut R2 yaitu pelayanan jasa pengiriman barang tetap dilakukan pada saat hari libur, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,20 dan nilai persepsi sebesar 3,83. Pada atribut R3 yaitu karyawan memberikan pelayanan dengan teliti dan tepat waktu, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,40 dan nilai persepsi sebesar 3,90. Pada atribut R4 yaitu pengantaran barang cepat dan tepat waktu, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,63 dan nilai persepsi sebesar 4,00. Pada atribut R5 yaitu menyimpan barang/dokumen tanpa kesalahan, memiliki nilai ekspektasi sebesar 4,63 dan nilai persepsi sebesar 4,27

3.2.3. Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)

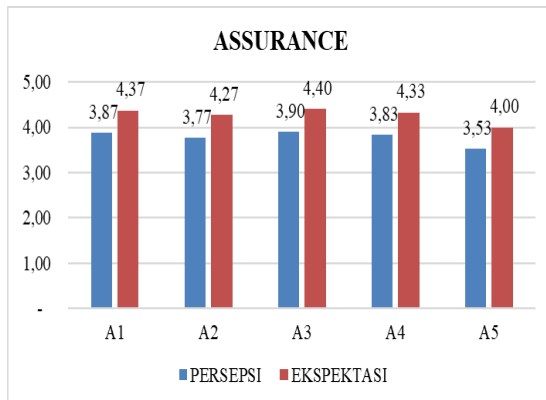


Gambar 3. Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi Daya Tanggap

Pada atribut RS1 yaitu menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,40 dan nilai persepsi

sebesar 3,97. Pada atribut RS2 yaitu layanan yang segera/cepat bagi pelanggan, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,50 dan nilai persepsi sebesar 4,10. Pada atribut RS3 yaitu karyawan mau mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusinya, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,32 dan nilai persepsi 3,83. Pada atribut RS4 yaitu kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,57 dan nilai persepsi 4,30.

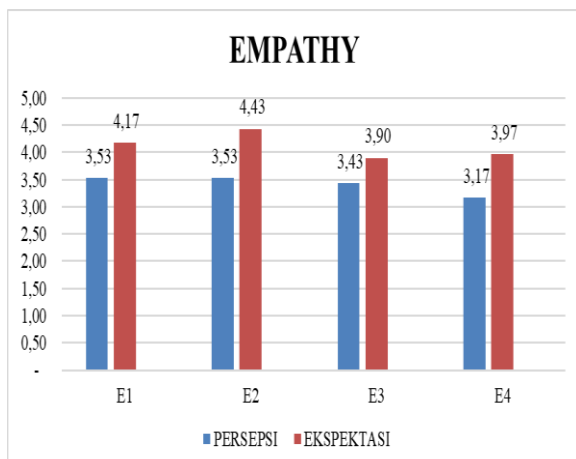
3.2.4. Dimensi Jaminan (Assurance)



Gambar 4. Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi Jaminan

Pada atribut A1 yaitu J&T Express mampu menjaga keamanan barang yang dikirim, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,37 dan nilai persepsi 3,87. Pada atribut A2 yaitu J&T Express memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,27 dan nilai persepsi sebesar 3,77. Pada atribut A3 yaitu Karyawan mempunyai skill dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya sehingga mampu melayani pelanggan dengan baik, diperoleh nilai ekspektasi 4,40 dan nilai persepsi 3,90. Pada atribut A4 yaitu membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,33 dan nilai persepsi 4,83. Pada atribut A5 yaitu karyawan yang secara konsisten bersikap sopan, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4 dan nilai persepsi sebesar 3,53.

3.2.5. Dimensi Empati (Empathy)



Gambar 5. Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi untuk Dimensi Emphaty

Pada atribut E1 yaitu karyawan memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,17 dan nilai persepsi sebesar 3,53. Pada atribut E2 yaitu sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 4,43 dan nilai persepsi sebesar 3,53. Pada atribut E3 yaitu karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 3,90 dan nilai persepsi sebesar 3,43. Pada atribut E4 yaitu waktu beroperasi yang nyaman, diperoleh nilai ekspektasi sebesar 3,97 dan nilai persepsi 3,17.

3.3. Analisa Servqual Score

Kualitas pelayanan dalam metode *servqual* didapat dari gap yang terjadi dari nilai persepsi dan nilai ekspektasi. Kualitas pelayanan dikatakan telah memenuhi keinginan pelanggan bila nilai persepsi sama dengan nilai ekspektasi.

Bila nilai persepsi lebih besar dari nilai ekspektasi sehingga nilai gap yang terjadi positif, berarti kualitas pelayanan dapat dikatakan handal, karena dapat melebihi ekspektasi pelanggan. Meskipun dalam beberapa hal melebihi ekspektasi pelanggan, tidak selalu memberikan efek positif bagi pelanggan.

Bila nilai persepsi lebih kecil dari nilai ekspektasi, sehingga nilai gap yang terjadi adalah negative, berarti kualitas pelayanan saat ini dapat dikatakan kurang baik dan belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Tabel 2. Service Quality

Dimensi	No	Atribut Pertanyaan	Rata-Rata		Servqual	Bobot
			Persepsi	Ekspektasi		
Tangibles	1	Karyawan J&T Express Saribudolok berpenampilan rapi dan sopan	4,07	4,27	-0,2	Weeks
	2	J&T Express Saribudolok memiliki website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi tentang pengiriman	4,13	4,4	-0,27	Weeks
	3	J&T Express Saribudolok memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman	3,9	4,23	-0,33	Weeks
	4	Lokasi Drop Point J&T Express Saribudolok yang strategis	3,87	4,27	-0,4	Weeks
	5	Tarif pengiriman paket yang murah	4,07	4,47	-0,4	Weeks
Reliability	1	Jangkauan pengiriman J&T Express luas.	3,87	4,4	-0,53	Weeks
	2	Pelayanan jasa pengiriman barang tetap dilakukan pada saat hari libur	3,83	4,2	-0,37	Weeks
	3	Karyawan memberikan pelayanan dengan teliti dan tepat waktu	3,9	4,4	-0,5	Weeks
	4	Pengantaran barang cepat dan tepat waktu	4	4,63	-0,63	Weeks

Dimensi	No	Atribut Pertanyaan	Rata-Rata		Servqual	Bobot
			Persepsi	Ekspektasi		
	5	Menyimpan barang/dokumen tanpa kesalahan	4,27	4,63	-0,36	<i>Weaks</i>
<i>Responsiveness</i>	1	Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian waktu penyampaian jasa	3,97	4,4	-0,43	<i>Weaks</i>
	2	Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan	4,1	4,5	-0,4	<i>Weaks</i>
	3	Karyawan mau mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusinya	3,83	4,32	-0,49	<i>Weaks</i>
	4	Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan	4,3	4,57	-0,27	<i>Weaks</i>
<i>Assurance</i>	1	J&T Express mampu menjaga keamanan barang yang dikirim	3,87	4,37	-0,5	<i>Weaks</i>
	2	J&T Express memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan	3,77	4,27	-0,5	<i>Weaks</i>
	3	Karyawan mempunyai skill dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya sehingga mampu melayani pelanggan dengan baik	3,9	4,4	-0,5	<i>Weaks</i>
	4	Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi	3,83	4,33	-0,5	<i>Weaks</i>

Dimensi	No	Atribut Pertanyaan	Rata-Rata		Servqual	Bobot
			Persepsi	Ekspektasi		
<i>Empathy</i>	1	Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	3,53	4,17	-0,64	<i>Weaks</i>
	2	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan	3,53	4,43	-0,9	<i>Weaks</i>
	3	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	3,43	3,9	-0,47	<i>Weaks</i>
	4	Waktu beroperasi yang nyaman	3,17	3,97	-0,8	<i>Weaks</i>

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa atribut pertanyaan disetiap dimensi semuanya masih dalam katagori lemah, yang berarti disetiap dimensi harus ditingkatkan dengan melihat nilai gap yang lebih tinggi disetiap atribut pertanyaan nya.

Pada dimensi *Tangibles* atribut lokasi drop point J&T Express Saribudolok yang strategis, memiliki nilai servqual sebesar -0,40. Karyawan J&T Express Saribudolok berpenampilan rapi dan sopan, nilai servqual sebesar -0,20. J&T Express Saribudolok memiliki website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi tentang pengiriman nilai servqual sebesar -0,27. J&T Express Saribudolok memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman, memiliki nilai servqual sebesar -0,33. Tarif pengiriman paket yang murah memiliki nilai -0,40. Pada dimensi *Reliability*, atribut jangkauan pengiriman J&T Express memiliki nilai servqual -0,53. Pelayanan jasa pengiriman barang tetap dilakukan pada saat hari libur, memiliki nilai servqual -0,37. Karyawan memberikan pelayanan dengan teliti dan tepat waktu, memiliki nilai servqual sebesar -0,50. Pengantaran barang cepat dan tepat waktu, memiliki nilai servqual sebesar -0,63. Menyimpan barang/ dokumen tanpa kesalahan, memiliki nilai servqual -0,36.

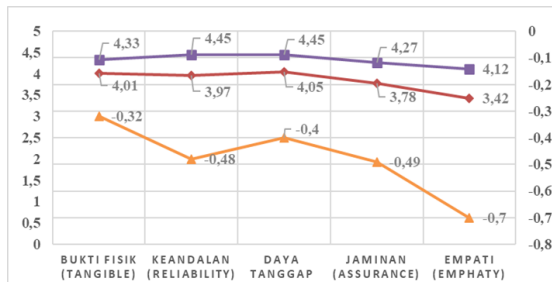
Pada atribut dimensi *Responsiveness*, menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian. Waktu penyampaian jasa memiliki nilai servqual sebesar -0,43, layanan yang segera/ cepat bagi pelanggan memiliki nilai servqual -0,40. Karyawan mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan solusinya, memiliki nilai servqual sebesar -0,49. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan memiliki nilai servqual sebesar -0,27.

Pada atribut *Assurance*, J&T Exress mampu menjaga keamanan barang yang dikirim, nilai servqual sebesar -0,50. J&T Express memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan, memiliki nilai servqual sebesar -0,50. Karyawan mempunyai skil dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya sehingga mampu melayani pelanggan dengan baik, memiliki nilai servqual sebesar -0,50. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi, memiliki nilai servqual sebesar -0,50. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan, memiliki nilai servqual sebesar -0,47.

Pada atribut *Empathy*, karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian, memiliki nilai servqual sebesar -0,64. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan, memiliki nilai servqual sebesar -0,90. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan, memiliki nilai servqual sebesar -0,47. Waktu beroperasi yang nyaman, memiliki nilai servqual -0,80.

3.4. Analisa Perbandingan kualitas pelayanan setiap dimensi

Pada bagian ini akan dibuat perbandingan kualitas pelayanan setiap dimensi sesuai dengan hasil perhitungan nilai ekspektasi, nilai persepsi, serta nilai servqual antar dimensi



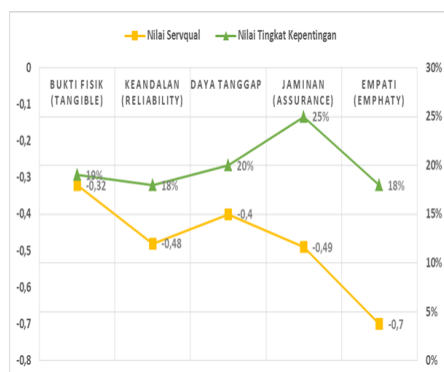
Gambar 6. Perbandingan nilai Ekspektasi, Persepsi dan nilai Servqual setiap Dimensi

Dari grafik diatas dapat dilihat jika dianalisa secara terpisah dari ekspektasi, persepsi dan nilai servqual setiap dimensi, terlihat nilai ekspektasi tertinggi ada pada dimensi keandalan (*Reability*) dengan nilai ekspektasi sebesar 4,45. Yang berarti bahwa masyarakat menaruh harapan yang besar pada keandalan dari J&T Express Saribudolok. Sedangkan nilai ekspektasi terendah adalah *emphaty* dengan nilai ekspektasi 4,12.

Untuk nilai persepsi tertinggi adalah pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan nilai persepsi 4,05 artinya dibandingkan dengan dimensi yang lain performa responsiveness masih lebih tinggi. Walaupun pada ekspektasi nilai responsiveness masih perlu ditingkatkan lagi, sedangkan dimensi dengan nilai terendah adalah *emphaty* (*emphaty*), dengan nilai sebesar 3,42, yang berarti pelayanan yang terendah terdapat pada dimensi empati.

Dari nilai servqual, dimensi *empati* memiliki nilai servqual tertinggi sebesar -0,70, dimensi yang lain secara berurutan yaitu bukti fisik (*tangible*) -0,32, keandalan (*reliability*) -0,48, daya tanggap (*responsiveness*) -0,40, j aminan (*asurance*) -0,49.

Pada gambar dibawah ini diberikan perbandingan tingkat kepentingan dan nilai servqual setiap dimensi:



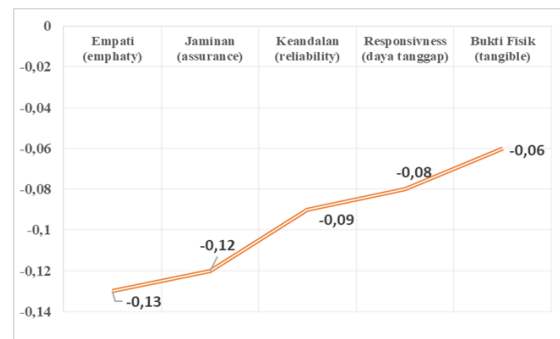
Gambar 7. Perbandingan nilai servqual dan nilai Kepentingan.

Karyawan memberikan jawaban dan mengalokasikan nilai dalam bentuk presentase bahwa hal yang penting dari pelayanan adalah jaminan di J&T Express Saribudolok. Dengan presentase nilai kepentingan sebesar 25%, dimensi selanjutnya secara berurutan yang dilihat dari nilai kepentingan adalah daya tanggap, bukti fisik, jaminan dan empati.

Dan dari grafik servqual nilai yang paling tinggi adalah empati. Jadi secara garis besarnya bahwa antara pihak J&T Express Saribudolok belum ada kesamaan harapan, jika karyawan memberikan yang menjadi prioritasnya adalah jaminan tapi masyarakat masih puas dengan kinerja keandalannya. Oleh sebab itu J&T Express perlu untuk meningkatkan lagi kinerja dari atribut keandalannya tersebut agar semua aspek dimensi dapat sesuai harapan masyarakat

3.5. Analisa Weight Servqual Score

Dalam menentukan prioritas perbaikan, dapat dilihat pola pada Weight Servqual Score (WSS) karena hasil perkalian nilai servqual dan tingkat kepentingan. Artinya dengan melihat gap yang terjadi serta tingkat kepentingan dari masyarakat dapat ditentukan prioritas perbaikan setiap dimensi yang perlu dilakukan J&T Express Saribudolok dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk masyarakat saribudolok sekitarnya. Dari gambar 8 berikut dapat dilihat peringkat WSS setiap dimensinya



Gambar 8. Nilai Weight Servqual Score

Pada table dan grafik diatas dapat diketahui bahwa perbaikan prioritas dan secara berurutan adalah empati, jaminan, keandalan dan bukti fisik.

3.6. Analisa Actual Servqual Score

Bagian ini menjelaskan mengenai kualitas pelayanan actual pada J&T Express Saribudolok, skor aktual menunjukkan tingkat pemenuhan terhadap harapan masyarakat pada kualitas pelayanan yang mereka inginkan dari J&T Express Saribudolok. Artinya nilai ini menunjukkan seberapa baik performa mereka selama ini dalam memenuhi harapan pelanggannya. Nilai aktual dihitung menggunakan presentase dengan ketentuan

1. Nilai yang kurang 100% menunjukkan bahwa skor aktual pelayanan selama ini belum memenuhi harapan pelanggan.

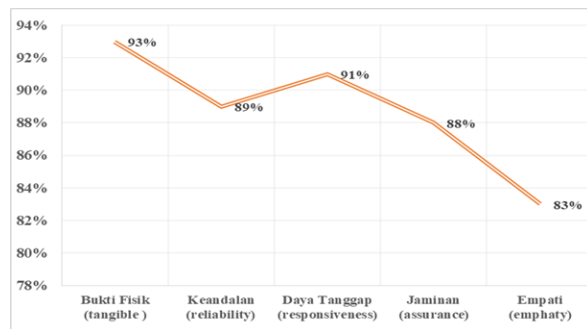
2. Nilai 100% berarti pelayanan yang diberikan selama ini telah memenuhi harapan pelanggan.

3. Nilai yang lebih dari 100% menunjukkan bahwa pelayanan selama ini melebihi harapan pelanggan

Pada tabel dibawah ini akan diperlihatkan nilai peringkat pemenuhan harapan masyarakat pelanggan pada setiap dimensi.

Tabel 3. Nilai standar indeks kepuasan masyarakat

Nilai Interval Konversi IKM	Mutu pelayanan	Kinerja unit pelayanan
0 – 35 %	D	Tidak Baik
35 % - 60 %	C	Kurang Baik
60 % - 85 %	B	Baik
85% – 100%	A	Sangat Baik



Gambar 9. Actual Servqual Score

Pada tabel diatas terlihat bahwa performa aktual terbesar ada pada dimensi bukti fisik dan daya tanggap.dengan persentase masing – masing yaitu bukti fisik 93% dan daya tanggap 91%, nilai ini menunjukkan bahwa J&T Express Saribudolok hampir memenuhi harapan dari masyarakat. Tetapi pihak J&T Express Saribudolok masih harus meningkatkan kualitas pelayanan hingga memenuhi harapan dari masyarakat. Selanjutnya adalah keandalan, jaminan, dan empati. Dari tabel diatas menunjukkan juga bahwa rata-rata ASS sebesar 89%, yang artinya masih dalam kategori baik dalam standart indeks kepuasan masyarakat.

IV.SIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan, bisa disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan di J&T Express Saribudolok masih kurang memenuhi harapan masyarakat, sebab nilai persepsi masih dibawah ekspektasi masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari nilai servqual yang didapatkan sebesar -0,48 begitu juga dengan nilai *Weight Servqual* yang nilainya sebesar -0,10, yang artinya keduanya masih dibawah ekspektasi masyarakat. Tetapi, nilai *actual servqual* yang didapatkan adalah sebesar 89%, yang berdasarkan pada Tabel Nilai Standart Indeks

Kepuasan Masyarakat masuk kedalam kategori mutu pelayanan B (Baik)

2. Prioritas pertama dari kelima dimensi servqual yang perlu ditingkatkan adalah dimensi keandalan. Dimensi atribut pelayanan yang perlu di perbaiki adalah :

a. Kecepatan pengiriman barang.

b. Kesiapan karyawan dan pihak J&T Express Saribudolok dalam menanggapi keluhan masyarakat.

c. Mencari solusi pada saat costumer merasa kurang puas terhadap setiap pelayanan.

d. Semakin mengerti keluhan dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016), *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>.
- 2) Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- 3) Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- 4) Handi Irawan. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Gramedia 2009) hal 57-59.
- 5) Indrasari, M, (2019), *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.
- 6) Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga.
- 7) Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 200,. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- 8) Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education Inc.
- 9) Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry, 2011, *Pemasaran Jasa*, edisi 7, Erlangga: Jakarta.
- 10) Rahmidani, Rose, “*Efektivitas e-commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*”, SNEMA 2.
- 11) Sjahrazad Masdar, Sulikah Asmorowati, and Jusuf Irianto, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Untuk Pelayanan Publik*, Surabaya: UNAIR.
- 12) Bitner, Mary Jo, Zeithaml,Valarie A, (2003), *Services Marketing*, Edisi 3, Boston MCGraw-Hill.