

---

**ANTECEDENT OF CUSTOMER LOYALTY  
(study case of consumer JNE Banjarmasin)**

**Ardo Rasnada<sup>1</sup>✉, Marijati Sangen<sup>2</sup>, M. Yudy Rachman<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.

<sup>2</sup>Program Magister Manajemen, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen JNE Banjarmasin. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE yang pernah memakai jasa JNE pada JNE yang ada di Banjarmasin. Dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan analisis jalur dengan menggunakan *Software IBM SPSS Statistics 23*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen JNE Banjarmasin, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen JNE Banjarmasin.

**Kata Kunci** : kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas konsumen

**Abstract**

*This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction and loyalty of JNE Banjarmasin. This type of research is explanatory research that explain causal relationship between variables. The population in this study is the JNE consumer who has used JNE's services in JNE in Banjarmasin. By technique of sampling by using purposive sampling method. Number sampel as many as 100 people. Data analysis using path analysis by using SPSS Statistics 23 software. The result of this research indicate that service quality influence to satisfaction and consumer loyalty JNE Banjarmasin, and consumer satisfaction influence to consumer loyalty JNE Banjarmasin.*

**Keywords**: service quality, customer satisfaction, loyalty

---

✉ Alamat surat elektronik penulis, e-mail: ardo.rasnada@gmail.com

**PENDAHULUAN**

Sekarang *online shop* memiliki peran yang cukup penting bagi masyarakat *modern*. Hampir semua kebutuhan masyarakat saat ini bisa didapatkan melalui *online shop*. Tetapi *online shop* bukanlah bisnis yang bisa berjalan sendiri. Bisnis ini memerlukan bisnis pendukung lain yaitu jasa ekspedisi. Di Indonesia terdapat banyak jasa ekspedisi, tetapi khususnya untuk di Banjarmasin telah dilakukan survey pada 30 responden dan didapatkan hasil 20 orang memilih JNE sebagai perusahaan ekspedisi terbaik.

Selain jasa ekspedisi terbaik JNE juga merupakan jasa ekspedisi yang sering digunakan. Hasil didapat dari hasil survey pada 30 responden dimana 26 orang memilih JNE sebagai jasa ekspedisi yang sering mereka gunakan. Tetapi tidak cukup hanya hasil survey diatas untuk mengatakan JNE adalah perusahaan ekspedisi terbaik. Ada beberapa determinan dari kualitas pelayanan agar suatu perusahaan dikatakan memiliki jasa yang baik.

JNE sendiri sudah memiliki determinan-determinan tersebut, yang pertama adalah keandalan. JNE memiliki pelayanan yang sangat memuaskan karena standar yang dipakai JNE dapat dikatakan cukup tinggi. Lalu responsivitas, pengiriman menggunakan JNE sangat transparan sehingga jika kita ingin tahu posisi barang dapat dilihat di *website* yang telah disediakan. Untuk jaminan, JNE memberikan jasa asuransi untuk barang-barang mewah dan juga ada jaminan uang kembali jika pelayanan tidak sesuai dengan janji yang diberikan. Empati juga dimiliki JNE yaitu JNE memiliki kantor cabang dimana-mana sehingga konsumen tidak kesusahan untuk mengirim barang, lalu adanya layanan bantuan yang dapat kita hubungi jika terjadi masalah. Dan yang terakhir wujud, JNE sekarang adalah perusahaan ekspedisi yang dapat dikatakan cukup canggih, memiliki kurir yang rapi dan profesional, serta kantor dengan tatanan yang rapi dan bersih.

[http://www.kompasiana.com/jefriparuliannainggol/jne-kurir-terbaik-sepanjang-masa\\_54f93a79a33311b607-8b492f](http://www.kompasiana.com/jefriparuliannainggol/jne-kurir-terbaik-sepanjang-masa_54f93a79a33311b607-8b492f) (diakses Senin, 21 Agustus 2017)

Selain kualitas pelayanan jasa ekspedisi yang bagus juga harus memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk(ataus hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009:139). JNE mendapatkan

penghargaan perusahaan terbaik pada tahun 2016 di Jakarta. Penghargaan ini diberikan menurut pilihan konsumen. Ini membuktikan bahwa banyak konsumen yang puas dengan pelayanan dari JNE. (<http://solo.tribunnews.com/2016/12/09/jne-raih-penghargaan-perusahaan-jasa-pengiriman-terbaik-pilihan-konsumen> diakses Kamis, 27 Juli 2017).

Lalu loyalitas juga merupakan hal yang penting untuk jasa ekspedisi. Konsumen yang merasa puas terhadap jasa yang dipakai akan menggunakan ulang jasa tersebut. Pembelian ulang yang terus menerus dari jasa yang sama akan menunjukkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek (Sumarwan, 2015:390). Pada tahun 2013 JNE sempat mendapatkan penghargaan *customer loyalty* 2013 dalam kategori *domestic courier/logistic*. ([http://www.kompasiana.com/jefriparulian/nainggolan/jne-kurir-terbaik-sepanjang-masa\\_54f93a79a33311b6078b492f](http://www.kompasiana.com/jefriparulian/nainggolan/jne-kurir-terbaik-sepanjang-masa_54f93a79a33311b6078b492f) (diakses Senin, 21 Agustus 2017).

Oleh karena JNE dapat dikatakan jasa pengiriman yang baik, maka JNE dipilih sebagai objek pada penelitian ini. Walaupun JNE mendapatkan penghargaan jasa pengiriman terbaik dan dapat dikatakan memiliki kualitas pelayanan terbaik, ada suatu fenomena yang terjadi yaitu masih ada banyak keluhan-keluhan yang ditemukan. Seperti keterlambatan pengiriman, barang yang sampai dengan keadaan rusak, dan juga barang yang tidak sampai-sampai (<http://forum.detik.com/yang-punya-keluhan-sama-jne-gabung-sini-t690129p5.html> 20 Juli 2017). Selain dari forum, telah dilakukan juga survey untuk keluhan JNE Banjarmasin. Tabel berikut memperlihatkan hasil surveynya:

**Tabel 1.** Keluhan Konsumen Terhadap JNE

NO	KELUHAN	POLLING	FREKUENSI
1	Keterlambatan barang sampai	36.8 %	11
2	Barang tersesat	10 %	3
3	Telpon tidak pernah diangkat	3.3 %	1
4	Kurir yang bermasalah	13.3 %	4
5	Barang rusak	10 %	3
6	Resi bermasalah	3.3 %	1
7	Barang hilang	13.3 %	4
8	Tidak ada	10 %	3
	Total	100 %	30

Sumber : Data Primer diolah (2017).

Padahal kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen menurut Kotler &

Keller (2009:143) kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Dapat dikatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas.

Lalu Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml, *et al*, 1996:70) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002:81-828). Kualitas layanan mendorong konsumen untuk komitmen pada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilberts dkk, 2004).

Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada JNE maka peneliti mengangkat judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada JNE Banjarmasin".

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009:143). Menurut Gronroos (dalam Ratminto, 2005:2) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang

dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

### Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009:139)."

Menurut Sumarwan (2015:387) teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *The Expectancy Disconfirmation Model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

### Loyalitas Konsumen

Pendekatan perilaku tidak mengungkapkan alasan seseorang loyal terhadap suatu merek. Pembelian merek yang sama terus menerus selama periode tertentu tidak menggambarkan apakah loyalitas merek yang sesungguhnya atau hanya pembelian ulang. Pembelian ulang hanya menggambarkan perilaku membeli yang berulang terhadap suatu merek, tidak mencerminkan perasaan konsumen terhadap merek tersebut. Untuk mengatasi kelemahan tersebut, maka dikembangkanlah pendekatan kedua, yaitu pengukuran sikap terhadap loyalitas merek. Pendekatan ini menentukan loyalitas merek berdasarkan sikap konsumen dan perilakunya.

Konsumen yang loyal terhadap suatu merek adalah konsumen yang menyatakan sangat menyukai merek tersebut dan kemudian membeli dan menggunakan merek tersebut. Loyalitas merek akan menyebabkan munculnya komitmen merek, yaitu kedekatan emosional dan psikologis dari seorang konsumen terhadap suatu produk (Sumarwan. 2015:391).

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Dapat dikatakan bahwa penjualan telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi

ekspektasi konsumen. Dan Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas (Kotler & Keller, 2009:143). Menurut para akademisi, kepuasan konsumen merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980).

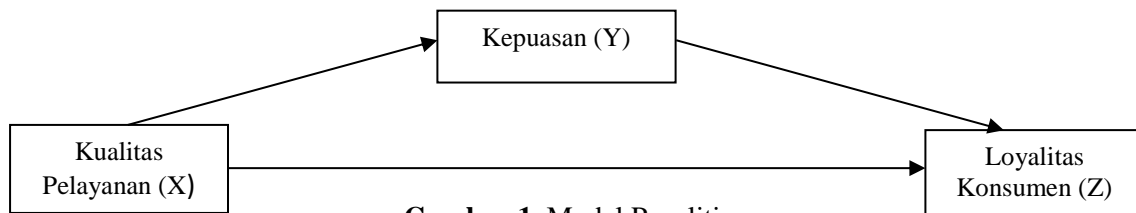
### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen secara langsung (Zeithaml, et al, 1996:70) dan mempengaruhi loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002:811-828). Kualitas layanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu

yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert, et al, 2004).

### Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas

Kepuasan konsumen merupakan kunci penting dalam menciptakan loyalitas konsumen. Berbagai manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yaitu selain hal dapat meningkatkan loyalitas konsumen tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992). Berdasarkan teori, maka dapat dibuat model Penelitian seperti berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian pada gambar 1, hipotesis yang di ajukan pada penelitian ini adalah:

*Hipotesis 1: Diduga variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Banjarmasin.*

*Hipotesis 2: Diduga variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di JNE Banjarmasin.*

*Hipotesis 3: Diduga variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di JNE Banjarmasin.*

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa JNE Banjarmasin. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Maka kriteria responden sebagai sampel pada penelitian yaitu: (1) telah menggunakan jasa JNE minimal 2 kali, (2) responden menggunakan jasa JNE atas keputusannya sendiri, (3) berusia minimal 17

tahun. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Besaran sampel sebanyak 100 responden sudah dapat dikatakan layak untuk digunakan dalam sebuah penelitian kuantitatif.

### HASIL DAN ANALISIS

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin yang menggunakan jasa JNE dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan secara manual pada 1-3 November 2017.

Karakteristik responden menunjukkan terdapat 54 responden laki-laki dan 46 responden perempuan. Mayoritas responden adalah Pelajar/mahasiswa sebanyak 51 responden, yang berusia 21-25 tahun sebanyak 49 responden, dengan frekuensi pemakaian > 11 kali sebanyak 41 reponden. Kemudian untuk uji validitas pada penelitian ini semua variabel memenuhi syarat karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197). Untuk uji reliabilitas juga memenuhi syarat yaitu nilai memiliki *Cronbach Alpha* minimal 0,7. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini juga memenuhi syarat karena datanya normal, lalu lolos uji

multikolineiritas, dan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Sehingga data yang didapat bisa dilanjutkan untuk dianalisis dengan menggunakan analisis jalur. Berikut ini adalah rangkuman hasil analisis jalur:

### Analisis jalur

**Tabel 2.** Hasil Analisis Jalur Model I

Variabel Terikat	Variabel Bebas	R Square	Beta Standardized	Sig
Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Layanan (X)	0,650	0,806	0.000

Sumber : Data Primer diolah (2017).

**Tabel 3.** Hasil Analisis Jalur Model II

Variabel Terikat	Variabel Bebas	R Square	Beta Standardized	Sig
Loyalitas Konsumen (Z)	Kualitas layanan (X)	0,547	0,405	0.001
	Kepuasan Konsumen (Y)	0,547	0,373	0,002

Sumber : Data Primer diolah (2017).

### Pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bukti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada JNE Banjarmasin. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Gilbert, *et al* (2004) kualitas layanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam jangka waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Salah satu keunggulan dalam persaingan pada JNE adalah JNE memiliki kualitas pelayanan yang bagus seperti pelayanan yang diberikan JNE sesuai dengan yang dijanjikan, karyawan JNE bersedia membantu kesulitan konsumen, JNE memiliki reputasi yang baik,

JNE memperhatikan kepentingan konsumen, dan penampilan karyawan JNE rapi sehingga membuat konsumen senang dengan pelayanannya yang akan membentuk rasa ingin memakai ulang, mereferensikan kepada orang lain, kebal terhadap ekspedisi lain, dan JNE akan menjadi pilihan pertama konsumen. Sehingga konsumen akan loyal terhadap JNE. Menurut penelitian Cornelia, *et al* (2008) indikator-indikator pada kualitas layanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Sehingga dapat disimpulkan konsumen akan melakukan pemakaian ulang ketika sudah yakin dengan kualitas pelayanan dari JNE.

### Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur yang dilakukan diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Banjarmasin. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian Dewi, *et.al* (2014).

Menurut Kotler & Keller (2009:143) kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas. Maka jika kualitas pelayanan JNE bagus seperti pelayanan yang diberikan JNE sesuai dengan yang dijanjikan, karyawan JNE bersedia membantu kesulitan konsumen, JNE memiliki reputasi yang baik, JNE memperhatikan kepentingan konsumen, dan penampilan karyawan JNE rapi akan menimbulkan perasaan senang dan rasa puas. Sehingga konsumen akan puas jika pelayanan yang diberikan JNE sudah memenuhi syarat-syarat yang ada.

Lalu kepuasann konsumen juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini didapat berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur yang dilakukan. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menghasilkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial dan signifikan

terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Fornell (1992) kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Jadi jika konsumen terpenuhi harapannya, merasa senang, memberikan penilaian yang bagus, dan merasa puas terhadap JNE maka konsumen akan membentuk rasa ingin memakai ulang, mereferensikan kepada orang lain, kebal terhadap ekspedisi lain, dan JNE akan menjadi pilihan pertama konsumen. Sehingga konsumen akan loyal terhadap JNE jika kepuasan konsumen terpenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikatakan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen secara tidak langsung dengan melalui kepuasan konsumen terlebih dahulu. Hal ini disebabkan kualitas yang bagus akan menimbulkan rasa puas. Setelah konsumen puas dan senang dengan suatu jasa maka akan timbul rasa loyal dari konsumen terhadap suatu perusahaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **kesimpulan**

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bebrapa kesimpulan yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada JNE Banjarmasin.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen dan kualitas layanan juga memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada JNE Banjarmasin.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen pada JNE Banjarmasin.

### **saran**

Adapun beberapa saran dari hasil penelitian iini adalah:

1. Kualitas pelayanan dapat lebih ditingkatkan lagi dengan cara lebih memperhatikan

kepentingan konsumen, kenyamanan ruang tunggu dan kerapian karyawan JNE. Dengan begitu konsumen akan puas dengan pelayanan JNE sehingga konsumen juga akan loyal dengan JNE.

2. Kepuasan konsumen dapat lebih ditingkatkan lagi. Dalam meningkatkan nilai JNE dimata konsumen, JNE harus terus memperhatikan rasa puas dari konsumen dikarenakan jika konsumen merasa senang dan terpuaskan, maka konsumen pasti akan menggunakan ulang jasa JNE. Sehingga JNE harus selalu memperhatikan keluhan dari konsumen dan terus mengevaluasi kesalahannya sehingga jumlah orang yang mengeluh atau tidak puas dengan JNE akan berkurang. Dengan begitu maka diharapkan reputasi JNE akan menjadi baik dimata konsumen.
3. Bagi peneliti yang akan datang, peneliti menyarankan dalam penelitian selanjutnya agar objek penelitian yang diambil lebih bervariasi, misalnya dengan menambahkan jasa ekspedisi lainnya untuk dibandingkan dengan jasa ekspedisi JNE, peneliti juga menyarankan untuk menambah jumlah variabel penelitian, misalnya faktor harga, promosi, budaya, sosial dan lain sebagainya. Dan apabila mengkaji lebih dalam tentang penelitian yang sama diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi yang dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan perbandingan dalam melakukan Fpenelitian pada masa yang akan datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryani, Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*.
- Comelia, Ellys. et.al. (2008). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5ASEC Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*.
- Detik.com. (2017, Juli 20). Retrieved from <http://forum.detik.com/yang-punya-keluhan-sama-jne-gabung-sini-t690129p5.html> 20 juli 2017
- Dewi, G.A. et.al. (2014). Pengaruh Kualitas

- Pelayan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Fornell, C. 1992. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, G.R. et.al. (2004). Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. *The Journal of Services Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks.
- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*.
- Riduwan. (2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sasongko, Felita. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2015). *Perilaku Konsumen, (Edisi Kedua)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Tribunnews.com. (2017), Retrieved from <http://solo.tribunnews.com/2016/12/09/jne-raih-penghargaan-perusahaan-jasa-pengiriman-terbaik-pilihan-konsumen>. (diakses 20 Juli 2017)
- www.kaskus.co.id.(2017). Retrieved from <https://www.kaskus.co.id/thread/0000000000013905218/pengiriman-terbaik-tiki---rpx---ncs---esl---jne---pos---tikindo---wahana---part-2/>. (diakses 3 Agustus 2017)
- www.kompasiana.com. (2017). Retrieved from [http://www.kompasiana.com/jefriparuliannainggolan/jne-kurir-terbaik-sepanjang-masa\\_54f93a79a33311b6078b492f](http://www.kompasiana.com/jefriparuliannainggolan/jne-kurir-terbaik-sepanjang-masa_54f93a79a33311b6078b492f) (diakses 21 Agustus 2017)
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*.