

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN TRAVEL PANCA INDRA ABADI SENTOSA DI SIDOARJO

Ghani Naufal
ghaninaufal3@gmail.com

Sonang Sitohang

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The strong competition in travelling business kept the business people to maximize the service performance in order to compete in the market. People who ran the business have to work hard in understanding the need and consumers'wants. In other words, the company's main key is to win the competition and to give pleasures to consumers through good quality with competible price. The research aimed to examine the effect of service quality, price and company image on customer pleasure in Panca Indra Abadi Sentosa travel, Sidoarjo. While, the research was quantitative with statistical descriptive using random sampling technique. In addition, the research data used primary with 100 respondents, i.e. consumers who used the service of Panca Indra Abadi Sentosa travel, Sidoarjo for more than once service. For the data analysis technique, this research used multiple regression tinier analysis. Based on the model proper test, this research concluded that service quality, price and company image showed appropriately. In addition, the T-test concluded that service quality, price and company image had positive significant effect on customer pleasure ofPanca Indra Abadi Sentosa travel, Sidoarjo.

Keywords: Service quality, Price, Company image, Customer pleasure

INTISARI

Persaingan yang semakin ketat dalam usaha travel menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja pelayanan agar dapat bersaing di pasar. Travel harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan metode statistik deskriptif dan menggunakan teknik pengambilan sampel *random sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan jumlah sampel 100 orang responden yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo lebih dari satu kali. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji kelayakan model diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan menunjukkan bahwa model layak, sedangkan dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, harga, citra perusahaan, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, tingkat mobilisasi manusia sangat tinggi. Hal ini dikarenakan kecenderungan manusia memiliki kegiatan di beberapa tempat, sehingga kebutuhan untuk sektor transportasi meningkat. Banyak orang yang melakukan perjalanan wisata menggunakan jasa travel. Hal ini menjadikan penyedia jasa harus memberikan pelayanan yang baik. Menurut Kotler dalam Alma, (2007:286), bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Dengan memahami apa yang di inginkan pelanggan dari pelayanan yang di berikan, maka akan mendapatkan poin penting bagi perusahaan itu sendiri. Berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan maka yang dapat menjamin perusahaan yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), bahwa harga adalah "jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa". Harga bersifat fleksibel, dimana bisa disesuaikan. sebelum penetapan harga perusahaan harus mengetahui tujuan dari penetapan harga itu sendiri apabila tujuannya sudah jelas maka penetapan harga dapat dilakukan dengan mudah. Dalam perusahaan tidak hanya melihat dari sisi kualitas pelayanan dan harga saja tetapi juga melihat citra perusahaan yang dapat mensejahterakan perusahaan. Menurut Ritonga (2004:128), bahwa citra perusahaan adalah karakter dari perusahaan itu sendiri dan cara perusahaan mengusahakan untuk mempengaruhi kesan orang terhadap perusahaan.

Dengan mencapai kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan dapat menghasilkan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2006:349), bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Masalah dalam kepuasan pelanggan mempunyai dampak untuk pelanggan maupun perusahaan yang menawarkan jasanya. Pada umumnya untuk para pelanggan memiliki tujuan untuk menikmati jasa yang telah ditawarkan oleh pihak perusahaan. Menurut Irawan (2008:37), bahwa kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Rumusan masalah adalah 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo ? , 2) Apakah harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo ? , 3) Apakah citra perusahaan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo ?, sedangkan tujuan adalah 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo , 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo , 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra perusahaan pada kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Travel Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang di lakukan oleh perusahaan guna untuk memenuhi harapan konsumennya. Dengan memahami apa yang diinginkan dan di harapkan oleh konsumen dari pelayanan yang di berikan maka akan di dapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Menurut Kotler dalam Alma, (2007:286), bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan

perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan.

Harga

Harga merupakan suatu nilai uang yang di tentukan secara global yang harus di keluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan produk atau jasa yang di inginkan. Harga berperan membantu konsumen untuk menentukan seseorang akan membeli barang atau jasa di suatu perusahaan. Menurut Hasan (2008:298), bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa beserta pelayanan dari suatu produk.

Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan kesan secara umum yang tertinggal di benak mata konsumen sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Kesan tersebut kemudian diubah menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman konsumen pada perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong, (2006:299), bahwa citra perusahaan merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Jadi kepuasan pelanggan berperan penting pada suatu perusahaan. Jika pelanggan merasa puas dengan apa yang diberikan perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan nilai tambah atau timbal balik dari pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139), bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan harapannya.

Penelitian Terdahulu

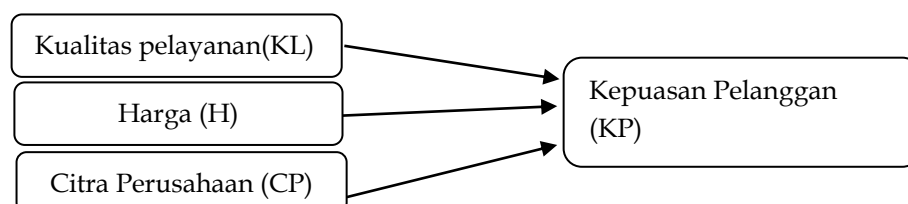
Untuk merujuk penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dalam penelitian yaitu:

1. David dan Lego (2016), yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. Metode yang digunakan yaitu purposive sampling dengan menyebarkan kuisioner kepada 151 responden pengguna jasa penerbangan Garuda Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari harga, kualitas pelayanan, dan citra terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. Kualitas pelayanan adalah variabel dengan pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini yang diikuti dengan Citra Perusahaan. Kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif. Variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Bengkel. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mewah Kenaca Motor Pekanbaru. Metode yang digunakan merupakan linear berganda, dari analisis data dikemukakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Yunitasari (2016), yang meneliti tentang Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Restaurant* KFC. Tujuan dari penelitian ini mengetahui pengaruh antara Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Dengan hasil penelitian bahwa Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Restaurant* KFC
4. Pontoh *et al* (2014), penelitian ini tentang Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank BRI cabang Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif dengan teknik Analisa data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, secara parsial citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Simon *et al.* (2016), yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tour & Travel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel. Metode Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, sedangkan pengujian hipotesisnya menggunakan uji F dan uji t dari hasil penelitian menunjukkan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), dan empathy (X5) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan dimensi tangible, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Dimensi reliability dan responsiveness tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

Rerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2010:60), mengemukakan mengenai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan teori dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka model konseptual penelitian tersebut digambarkan seperti gambar dibawah ini :



GAMBAR 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hubungan terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dari kepuasan pelanggan karena jika kualitas pelayanan yang di berikan baik dan dapat memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan. Dan juga harus bersikap keramahan, ketepatan serta pertanggung jawaban bila terjadi ketidakinginan dalam pelayanan. Maka semakin baik pelayanan yang diberikan pelanggan akan merasa lebih puas. Hasil penelitian David dan Lego (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_1 = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hubungan terhadap kepuasan pelanggan adalah Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang telah digunakan, bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian David dan Lego (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_2 = Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hubungan terhadap kepuasan pelanggan adalah Citra perusahaan adalah sebagai persepsi masyarakat dari adanya kesan, kepercayaan, sikap dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan, dan juga merupakan karakter dari perusahaan itu sendiri dan cara perusahaan mengusahakan untuk mempengaruhi kesan orang terhadap perusahaan. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau yang tidak disukai dari objek tersebut. Berdasarkan penelitian David dan Lego (2016) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_3 = Citra Perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat *positivisme*, digunakan dalam meneliti terhadap sample dan populasi penelitian, teknik pengambilan sample umumnya dilakukan dengan acak atau random sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif/bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan simple random sampling menurut Sugiyono (2012:93), bahwa pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Sehingga jumlah sampel ditentukan menggunakan *Formula Lameshow* dengan rumus sebagai berikut menurut Arikunto (2010:73), dengan keterangan :

$$\begin{aligned}
 n &= \text{jumlah sampel} \\
 Z &= \text{harga standar normal (1,976)} \\
 P &= \text{estimator proporsi populasi (0,5)} \\
 d &= \text{interval atau penyimpangan (0,10)} \\
 q &= 1-p \\
 n &= \frac{(1,976)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 97,5 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, penelitian ini berjumlah 97,5 dibulatkan menjadi 98 pelanggan, untuk mengantisipasi jumlah kuisoner yang disebar dan yang dikembalikan, maka penulis menyebar kuisoner sebanyak 100 kuisoner.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang di gunakan adalah data primer bahwa data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. metode wawancara mendalam atau interview dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai. merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisoner dalam penelitian ini mendapatkan data dari responden dengan pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang telah disediakan oleh peneliti. Sehingga responden dapat menilai bagaimana variabel yang tercantum terhadap objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari pelanggan Panca Indra Abadi Sentosa. Sumber data primer penelitian diperoleh dari kuisoner yang telah disebar pada pelanggan travel Panca Indra Abadi Sentosa. Skala pengukuran adalah 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju

Devinisi Oprasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Kualitas Pelayanan (KL)

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah manfaat yang dirasakan konsumen sehubungan dengan evaluasi konsumen atas pelayanan yang diberikan. Adapun indikatornya adalah : 1) daya tanggap (KL_1); 2) empati (KL_2); 3) jaminan (KL_3); 4) reliabilitas (KL_4); 5) tampilan fisik (KL_5)

Harga (H)

Harga adalah bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh atau memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa. Adapun indikatornya adalah : 1) keterjangkauan harga (H_1); 2) kesesuaian harga (H_2); 3) daya saing harga (H_3); 4) kesesuaian harga (H_4)

Citra Perusahaan (CP)

Citra perusahaan adalah karakter dari perusahaan itu sendiri dan cara perusahaan untuk mempengaruhi kesan orang terhadap perusahaan. Adapun Indikatornya adalah: 1) Kesan (CP_1); 2) kepercayaan (CP_2); 3) sikap (CP_3)

Variabel Dependen

Kepuasan Pelanggan (KP)

Merupakan perasaan senang atau kekecewaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan dari produk tersebut.

Adapun indikatornya adalah : 1) akan menggunakan jasa kembali (KP_1); 2) kepuasan jasa menyeluruh (KP_2); 3) merekomendasikan kepada pihak lain (KP_3)

Analisis dan Pembahasan
Gambaran Umum Objek Penelitian

Tabel 1
Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Prosentase
Laki-laki	68	68%
Perempuan	32	32%
Total	100 orang	100%

Sumber Data: Data Primer. Diolah. 2018

Berdasarkan gambaran distribusi frekuensi jenis kelamin pada tabel 1, terlihat bahwa responden konsumen PT Panca Indra Abadi Sentosa, terbanyak adalah mereka berjenis kelamin pria sebesar 68 responden dengan prosentase sebesar 68% dan pada jenis kelamin wanita sebesar 32 responden dengan prosentase sebesar 32%.

Tabel 2
Data Berdasarkan Usia

No	Umur	Frek	Persentase
1	17-24 th	21	21%
2	25-34 th	39	39%
3	35-49 th	28	28%
4	> 50 th	12	12%

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 2, menunjukkan gambaran distribusi frekuensi dari 100 responden yang menjadi sampel penelitian, terbanyak adalah mereka yang berusia antara 25-34 tahun sebanyak 39 responden dengan prosentase sebesar 39% dan usia antara 35-49 tahun sebanyak 28 responden dengan prosentase sebesar 28%, sedangkan kisaran usia 17-24 tahun sebanyak 21 responden dengan prosentase sebesar 21% dan sisanya kisaran usia diatas 50 tahun sebanyak 12 responden dengan prosentase sebesar 12%.

Tabel 3
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frek	Persentase
1	Mahasiswa	25	25%
2	Wiraswasta	46	46%
3	Pegawai Swasta	29	29%

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3, terlihat gambaran demografik berdasarkan jenis pekerjaan responden yang dijadikan sampel penelitian, yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 46 dengan prosentase sebesar 46%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 29 dengan prosentase sebesar 29%, responden yang hanya bekerja sebagai mahasiswa sebanyak 25 dengan prosentase sebesar 25%.

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 4
Jawaban berkaitan dengan kualitas pelayanan (KL)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total Score	N	Mean
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Kemampuan petugas dalam melayani pelanggan	0	0	19	35	46	427	100	4.27
2	Kehandalan peralatan yang cukup memadai	0	4	17	42	37	412		4.12
3	Petugas tanggap dalam melayani pelanggan	0	9	21	36	34	395		3.95
4	Menjamin keselamatan penumpang sampai tujuan	0	0	4	47	49	445		4.45
5	Petugas ramah,peduli dan empati pada penumpang	0	0	11	45	44	433		4,33
Total							2.112		4.22

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 4, dapat diketahui rata-rata tanggapan responden menyatakan sangat setuju berkaitan dengan semua aspek kualitas pelayanan. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh indikator kualitas pelayanan tersebut sebesar 4,22. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $4,20 < x \leq 5,00$ yang menunjukkan responden memberi nilai sangat setuju atas pertanyaan tentang semua aspek kualitas pelayanan. Kondisi ini menunjukkan responden menganggap bahwa kualitas pelayanan yang ada pada PT Panca Indra Sentosa Abadi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Tabel 5
Jawaban berkaitan dengan harga (H)

No	Pertanyaan	Frekuensi					Total Score	N	Mean
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Harga yang di tawarkan travel PIA terjangkau	0	0	14	73	13	399	100	3.99
2	Harga dan pelayanan sesuai dan cukup memuaskan	0	0	27	41	32	405		4.05
3	Harga yang ditawarkan lebih terjangkau di banding travel lainnya	0	1	17	34	48	429		4.29
Total							1.233		4.11

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 5, dapat diketahui rata-rata tanggapan responden menyatakan setuju berkaitan dengan semua aspek harga. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata sebesar 4,11. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3,40 < x \leq 4,20$ yang menunjukkan responden memberi nilai setuju atas pertanyaan tentang semua aspek harga. Kondisi ini menunjukkan PT Panca Indra Sentosa Abadi sesuai dengan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas.

Tabel 6
Jawaban berkaitan dengan citra perusahaan (CP)

No	Pertanyaan	Frekuensi					Total Score	N	Mean
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Desain dan nama perusahaan mudah diingat	0	3	25	51	21	390		3.90
2	PIA adalah perusahaan jasa pariwisata yang sangat terpercaya	0	0	15	48	37	422		4.22
3	Perusahaan mampu memberikan sikap yang baik bagi pelanggannya baik dari pelayanan serta harga	0	1	21	46	32	409	100	4.09
Total							1.221		4.07

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 6 dapat diketahui rata-rata tanggapan responden menyatakan setuju berkaitan dengan semua aspek citra perusahaan. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata sebesar 4,07. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3,40 < x \leq 4,20$ yang menunjukkan nilai setuju atas citra perusahaan. Kondisi ini menunjukkan PT Panca Indra Abadi Sentosa mempunyai citra baik

Tabel 7
Jawaban berkaitan dengan kepuasan pelanggan (Kp)

No	Pertanyaan	Frekuensi					Total Score	N	Mean
		STS	TS	CS	S	SS			
1	Pelanggan selalu ingin menggunakan kembali jasa travel PIA	0	1	13	41	45	430		4.30
2	Pelanggan puas atas kualitas yang di berikan travel PIA	0	0	17	41	42	425		4.25
3	Pelanggan merekomendasikan travel PIA pada teman dan keluarganya	0	0	12	49	39	427	100	4.27
Total							1.282		4.27

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 7 dapat diketahui rata-rata tanggapan responden menyatakan sangat setuju berkaitan dengan semua aspek kepuasan pelanggan. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden tentang seluruh indikator kepuasan pelanggan tersebut sebesar 4,27. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $4,20 < x \leq 5,00$ yang menunjukkan responden memberi nilai sangat setuju atas pertanyaan tentang semua aspek kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan responden menganggap bahwa rasa puas atas kualitas pelayanan, harga bahkan citra perusahaan yang dirasakan oleh pelanggan.

Uji Instrumen

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, valid atau tidaknya butir kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika butir pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan

sesuatu yang akan diukur. Data yang ada dikatakan valid jika nilai $Sig < 0,005$. Tetapi jika nilai $Sig > 0,005$ dikatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Pengujian reliabilitas *instrumen* dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena *instrumen* penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan menyeluruh tentang hubungan antara variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dengan variabel independennya minimal dua. Berikut ujinya :

$$KP = \alpha + \beta_1 KL + \beta_2 H + \beta_3 CP + e$$

Keterangan :

KP = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β_{123} = Koefisien Variabel Bebas

KL = Kualitas Layanan

H = Harga

CP = Citra Perusahaan

E = Error

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi data telah memenuhi persyaratan distribusi normal. Model regresi yang baik yaitu jika nilainya dapat terdistribusi dengan normal. Untuk menguji apakah terdapat yang normal atau tidak dalam model regresi maka digunakanlah uji statistik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di variabel independen yaitu kepuasan pelanggan. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari variabel satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilihat grafik *scatterplot*.

Uji Kelayakan Model

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model regresi secara keseluruhan pada variabel. Ini dapat diketahui untuk layak atau tidaknya digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan α sebesar 5%.

Koefisien Determinan Berganda (R^2)

Koefisien determinan ada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dapat diketahui dengan nilai R^2 mendekati angka 1 dapat dikatakan variabel independen berkontribusi baik terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dengan kriteria uji t membandingkan tingkat signifikansi dari nilai t ($\alpha=0,05$).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas

Suatu kuisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuisioner mampu untuk mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, adapun kriteria uji validitas adalah: a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai $\alpha < 0.05$ maka variabel tersebut valid. b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai $\alpha > 0.05$ maka variabel tersebut tidak valid. Dapat dilihat dan disimpulkan dari hasil SPSS diperoleh data berikut :

Tabel 8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-total Correlation (R_{hitung})	r_{tabel}	Ket
Kualitas Pelayanan (KL)	KL _{1.1}	0,493	0,195	Valid
	KL _{1.2}	0,458	0,195	Valid
	KL _{1.3}	0,635	0,195	Valid
	KL _{1.4}	0,320	0,195	Valid
	KL _{1.5}	0,279	0,195	Valid
Harga (HG)	HG _{2.1}	0,421	0,195	Valid
	HG _{2.2}	0,723	0,195	Valid
	HG _{2.3}	0,732	0,195	Valid
Citra Perusahaan (CP)	CP _{3.1}	0,694	0,195	Valid
	CP _{3.2}	0,578	0,195	Valid
	CP _{3.3}	0,632	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP _{1.1}	0,593	0,195	Valid
	KP _{1.2}	0,649	0,195	Valid
	KP _{1.3}	0,576	0,195	Valid

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Dengan melihat tabel 8 dapat disimpulkan bahwa pernyataan mengenai seluruh variabel, memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana nilai r_{tabel} mempunyai nilai 0,195. Dan hasil yang telah diperoleh dari SPSS bahwa seluruh indikator variabel valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,605	0,60	Reliable
Harga	0,729	0,60	Reliable
Citra Perusahaan	0,725	0,60	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,698	0,60	Reliable

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Pada tabel 9, dari hasil uji reliabilitas yang diterangkan, maka dapat dipastikan bahwa data penelitian ini dapat dipakai untuk pengujian selanjutnya dikarenakan data tersebut reliabel, terbukti dari nilai alpha > 0,6 sehingga memenuhi persyaratan *Cronbach Alpha*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		<i>Coefficients^a</i>				
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
Model		B	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	t	Sig.
1	(Constant)	6.148	1.644		3.741	.000
	KL	.298	.068	.401	4.396	.000
	HG	.220	.093	.230	2.356	.021
	CP	.254	.091	.276	2.780	.007

a. *Dependent Variable: KP*

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda yang didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$KP = 6,148 + 0,298 KL + 0,220 HG + 0,254 CP + e$$

Hasil persamaan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan memiliki koefisien positif. Hal ini berarti kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Panca Indra Abadi Sentosa Surabaya.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 11
Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^a</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.11128579
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.088
	<i>Positive</i>	.063
	<i>Negative</i>	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.876
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.426

a. Test distribution is Normal.

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 11 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar $0,426 > 0,050$ hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinieritas

Tabel 12
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients^a		Keterangan
		<i>Collinearity Statistics</i>		
		<i>Tolerance</i>	VIF	
1	(Constant)			
	KL	.931	1.074	Bebas Multikolinieritas
	HG	.812	1.232	Bebas Multikolinieritas
	CP	.785	1.273	Bebas Multikolinieritas

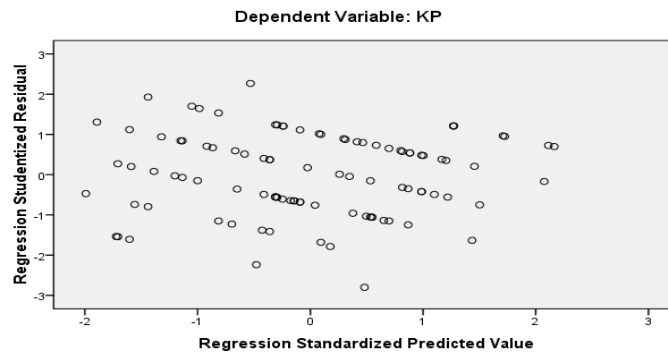
a. Dependent Variable: KP

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 12, dapat dijelaskan bahwa data penelitian kuisioner yang digunakan dapat dipakai untuk dilakukan pengujian selanjutnya karena dari hasil uji multikolinieritas ini, data penelitian memiliki nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 2
Hasil Uji Heterokedastisitas
 Scatterplot



Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Pada gambar 2, titik- titik menyebar secara acak tidak membentuk pola yang jelas dan tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena jika membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu seperti gelombang maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model Uji F

Tabel 13
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.499	3	14.166	11.124	.000 ^a
	Residual	122.261	96	1.274		
	Total	164.760	99			

a. Predictors: (Constant), CP, KL, HG
 b. Dependent Variable: KP

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 13 diatas didapat tingkat signifikan uji kelayakan model = 0,000 < 0.05 (*level of signifikan*), yang menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan dapat dikatakan model layak digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 14
Hasil Uji Hipotesis

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.148	1.644		3.741	.000
	KL	.298	.068	.401	4.396	.000
	HG	.220	.093	.230	2.356	.021
	CP	.254	.091	.276	2.780	.007

Sumber Data: Data Primer, Diolah, 2018

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 14, diperoleh tingkat signifikan untuk variabel kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan jika nilai $Sig \alpha < 0,05$ (*level of signifikan*), menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Panca Indra Abadi Sentosa.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dengan hasil data uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (KL) mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KL).Dilihat dari hasil uji t menunjukkan nilai *Sig* kualitas produk yaitu 0,000 menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Panca Indra Abadi Sentosa akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan konsumen. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015) dengan hasil pengujiannya yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dengan hasil data uji t menunjukkan bahwa harga (H) mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP). Dilihat dari hasil uji t menunjukkan nilai *Sig* harga yaitu 0,021. Hasil ini menunjukkan bahwa kesesuaian penetapan harga yang diberikan oleh PT Panca Indra Abadi Sentosa akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penentuan harga yang diberikan oleh perusahaan akan meningkatkan kepuasan konsumen, harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Penetapan harga pada suatu barang atau jasa oleh perusahaan memberikan pengaruh yang besar bagi perusahaan karena harga merupakan penentu konsumen dalam pengambilan keputusan dan harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh David dan Lego (2016), dengan hasil pengujiannya yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Citra perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dengan hasil data uji t menunjukkan Citra perusahaan (CP) mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP).Dilihat dari hasil uji t menunjukkan nilai *Sig* kepercayaan yaitu 0,007. Hasil ini menunjukkan citra perusahaan yang baik dimata konsumen, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Citra perusahaan juga tercipta dari presepsi konsumen terhadap suatu perusahaan dan citra tersebut terbentuk berdasarkan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang. Sehubungan dengan pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, maka ada beberapa teori yang sekiranya dapat digunakan dalam rangka pemecahan masalah. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rajagukguk dan Kasmiruddin (2015), dengan hasil pengujiannya yang menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ditarik beberapa kesimpulan pada pengujian pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap kepuasan Pelanggan Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo, sebagai berikut (1) Hasil pengujian dengan menggunakan uji kelayakan model menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan model layak terhadap kepuasan Pelanggan Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo, yang artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh travel Panca Indra Abadi Sentosa maka dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa. (3) harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo, yang artinya harga yang ditawarkan relatif dan terjangkau maka akan dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa. (4) citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo, yang artinya semakin baik citra perusahaan maka dapat meningkatkan kepuasan Pelanggan Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil maka saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Hendaknya manajemen Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo menjaga kualitas pelayanannya dengan baik bila perlu ditingkatkan, karena pelanggan menilai bahwa dengan pelayanan yang berkualitas yaitu seperti keramahan pegawai dan kecepatan selama memberikan pelayanan pada konsumen maka konsumen dapat merasa terpuaskan. (2) Hendaknya manajemen Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo sebaiknya memperhatikan dan mempertimbangkan harga jasa yang ditetapkan, karena konsumen menilai harga jasa pada Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo masih lebih kompetitif dibandingkan dengan jasa travel lainnya, serta harapannya bisa memberikan diskon yang bervariasi agar pelanggan lebih terpuaskan. (3) Hendaknya manajemen Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo, tetap menjaga dan mempertahankan citra perusahaan dengan baik, sehingga pengguna jasa dapat merasakan produk maupun pelayanan yang ada pada Travel pada Panca Indra Abadi Sentosa di Sidoarjo mempunyai kualitas yang baik. (4) Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara mengembangkan atau menambah variabel, sehingga dapat diperoleh variabel lain yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian berikutnya dapat lebih sempurna.

Daftar Pustaka

- Alma, B. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta .Bandung.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- David, H dan Y. Lego. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Jakarta. *Jurnal Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasan, A. 2008. *Marketing cetakan pertama*. MedPress. Yogyakarta
- Irawan, H. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas jilid 1 alih bahasa Bob Sabran. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P dan G. Armstrong. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Keenam. Intermedia. Jakarta.
- _____. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Pontoh, M.B., L. Kawet, dan W.A. Tumbuan. 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA 2(3)*: 285-297
- Rajaguguk, R.J., dan Kasmiruddin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Bengkel (kasus PT. Mewah Kencana Motor Pekanbaru). *Jurnal Jom Fisip 2(2)*
- Ritonga, M. 2004. *Riset Kehumasan*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Simon. K., C.W. Utami, dan M. Padmalia. 2016 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tour and Travel. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis 1(3)*
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F. 2006. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia. Malang.
- Yunitasari, D. dan M. Lestariningsih. 2016. Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restaurant KFC. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 5(6)*: 1-16