

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMAKAIAN JASA PENGIRIMAN DI PT. SILKARGO INDONESIA CABANG BATAM

Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli¹, Tibrani, Ulfi Fatonah², Khuzaini³, Abdul Manan⁴

¹²⁴Universitas Riau Kepulauan

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya

Corresponding Author: Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli email: rimayangramli@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Pelanggan

©2024 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](#).



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Pengalaman terhadap Keputusan Pemakaian Pengiriman di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Dengan menggunakan studi populasi atau studi sensus sampel yang digunakan sebanyak 50 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Data yang di peroleh dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reabilitasnya. Analisis yang digunakan menggunakan uji F simultan. Berdasarkan analisis data yang di lakukan dalam uji F silmutan. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam uji F (Silmutan) menunjukkan nilai F hitung sebesar (8,829) > F tabel (2.579) dan nilai signifikan sebesar (0,000) < 0,05 sehingga keputusan yang di ambil adalah Ho di tolak dan Ha di terima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas layanan, kepercaraan dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman di PT. Silkargo Indonesia Cabang Batam.

PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada segala sarana dan prasarana yang semakin mudah. Salah satunya pada jasa layanan pengangkutan barang, baik ke dalam maupun luar daerah, baik mode transportasi darat, laut dan udara. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari jasa pengiriman barang adalah dapat mengirim dalam jumlah yang dibutuhkan, barang yang dikirim lebih cepat sampai ke tempat tujuan dan lebih efisien bagi siapa saja yang membutuhkan. Pihak perusahaan pengiriman barang tersebut menyelenggarakan usahanya dengan cara memberikan layanan pengiriman barang ke tempat tujuan dan tepat waktu tergantung dari pilihan layanan yang digunakan.

Setiap perusahaan selalu berusaha agar tetap mempertahankan eksistensinya dalam pasar, maka dari itu perusahaan memperbanyak relasi untuk memperluas pasarnya melalui kegiatan ekspor impor. Hal ini diharapkan dapat menjadi strategi perusahaan. Sehingga dalam

kegiatan ekspor impornya ini membutuhkan jasa pengiriman agar kegiatan ekspor impor lebih efektif dan efisien. Tak jarang perusahaan rela membayar mahal agar kegiatan operasional bisa terjamin pada jasa pengiriman tersebut dan menyebabkan perusahaan sebagai konsumen merasa puas. Definisi kargo secara sederhana adalah semua barang yang dikirim melalui udara (pesawat terbang), laut (kapal), dan darat (*truk container*) yang biasanya untuk diperdagangkan antar wilayah atau antar kota didalam negeri maupun antar Negara (internasional) yang lebih dikenal dengan istilah eksport import.

Perusahaan yang bergerak di bidang pelayaran memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia industri dengan menyediakan jasa arus keluar masuknya angkutan barang. PT. Silkargo Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi laut. Didirikan pada tahun 2003 untuk mulai mengisi kebutuhan angkutan laut antar pulau sebagaimana dinyatakan oleh pemerintah pada saat itu. PT.Silkargo Indonesia telah tumbuh dan memperluas bisnisnya dari agen pengiriman ke laut dan menjadi transportasi kargo terpadu untuk melayani pelanggan domestik dan internasional.

Dalam memilih suatu jasa harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan suatu jasa tersebut, dengan harga yang relatif terjangkau maka pelanggan akan memutuskan untuk memakai suatu jasa tersebut..Maka dari itu PT. SILKargo Cabang Batam harus terus memberikan harga yang terbaik dan relatif murah kepada pelanggan agar pelanggan mau menggunakan jasa pengiriman di PT. SILKargo Cabang Batam berulang kali.

Menurut Andi (2015:128) harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Menggunakan suatu jasa harus memilih kualitas layanan yang terbaik, dengan layanan yang baik maka pelanggan akan memilih menggunakan jasa tersebut, dan menjadi fokus utama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Keputusan pemakaian jasa Merupakan suatu keinginan individu orang atau sekelompok organisasi untuk menggunakan jasa, pembelian barang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu atau kelompok organisasi itu sendiri. Keputusan menggunakan jasa pengiriman juga di dasari dengan kebutuhan seseorang atau sekelompok organisasi di dasari dengan memilih satu di antara banyak pilihan dari alternative yang ada, keputusan pemakaian jasa di buat agar dapat memecahkan masalah atau persoalan. Setiap keputusan yang di buat untuk mendapatkan tujuan yang akan di capai. . (Kotler dan Armstrong, 2016:177).

Dalam menggunakan suatu jasa kepercayaan menjadi hal yang penting, karena dengan adanya kepercayaan dari pelanggan maka penyedia jasa akan mempermudah pengiriman, karena ketika pelanggan sudah mempercayakan barang nya yang akan di kirim kepada PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam yang artinya pelanggan akan memberikan tanggung jawab yang harus di jaga oleh PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam maka penyedia jasa harus bisa mampu menjaga kepercayaan itu dengan memberikan pelayan terbaik dan bisa memastikan barang pelanggan dapat sampai di tempat tujuan dengan aman dan selamat. Menurut Yousafzai dalam Rahmadi dan Malik, (2016: 130) mendefinisikan kepercayaan sebagai pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing – masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Pondasi dalam suatu bisnis salah satu nya adalah pengalaman dari pelanggan, dengan pengalaman yang di berikan pelanggan akan membuat perusahaan atau penyedia jasa dapat berinisiatif untuk memberikan pelayanan terbaik, karena dengan ada nya pengalaman pelanggan akan memberikan penilaian baik atau buruk nya suatu pelayanan dari perusahaan atau penyedia jasa tersebut. Menurut Meyer dan Schwager (dalam Pranoto dan Subagio, 2015:2) pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan Hubungan secara langsung ini biasanya dikarenakan adanya inisiatif dari konsumen dan hal ini biasanya terjadi pada bagian pembelian dan pelayanan. Sedangkan hubungan tidak langsung sering melibatkan perjumpaan yang tidak direncanakan, seperti penampilan produk dan merek, iklan, dan event promosi lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan, kepercayaan dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Menurut (Sugiyono, 2012:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah *Customer* PT. Silkargo Indonesia cabang Batam, dimana yang menjadi repondennya adalah customer yang sudah pernah memakai jasa pengiriman di PT. Silkargo Indonesia cabang Batam sebanyak 50 pelanggan. Teknik sampling yang di gunakan yaitu sampling jenuh (*sensus*) karena sampel yang digunakan seluruh populasi yang ada yaitu 50 pelanggan. Kemudian dari responden tersebut dilakukan survei dengan menggunakan kuisioner yang memuat 22 pernyataan. Instrument dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berisi 22 pernyataan atau indikator dari harga, kualitas layanan, kepercayaan dan pengalaman pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN UJI VALIDITAS

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin di ukur (Priyatno, 2016b:144).

No.	N	r hitung	r table	Keterangan
X1.1	50	0,659	0,2306	Valid
X1.2	50	0,772	0,2306	Valid
X1.3	50	0,666	0,2306	Valid
X1.4	50	0,659	0,2306	Valid
X2.1	50	0,83	0,2306	Valid
X2.2	50	0,93	0,2306	Valid
X2.3	50	0,9	0,2306	Valid
X2.4	50	0,796	0,2306	Valid
X3.1	50	0,533	0,2306	Valid
X3.2	50	0,81	0,2306	Valid
X3.3	50	0,727	0,2306	Valid

X3.4	50	0,658	0,2306	Valid
X4.1	50	0,777	0,2306,	Valid
X4.2	50	0,78	0,2306,	Valid
X4.3	50	0,819	0,2306,	Valid
X4.4	50	0,723	0,2306,	Valid
X4.5	50	0,854	0,2306,	Valid
Y.1	50	0,599	0,2306	Valid
Y.2	50	0,686	0,2306	Valid
Y.3	50	0,606	0,2306	Valid
Y.4	50	0,725	0,2306	Valid
Y.5	50	0,723	0,2306	Valid

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	N of Items	Reliabilitas
Harga (X1)	0,625	>0,60	4	Reliabel
Kualaitas Layanan (X2)	0,883	>0,60	4	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,661	>0,60	4	Reliabel
Pengalaman (X4)	0,884	>0,60	5	Reliabel
Keputusan Pemakaian Jasa (Y)	0,685	>0,60	5	Reliabel

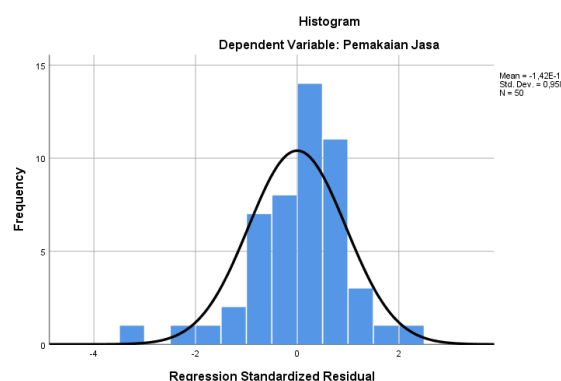
Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari semua variabel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Artinya alat ukur yang digunakan reliabel dan dapat dipercaya.

UJI ASUMSI KLASIK UJI NORMALITAS

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas data, penelitian ini menggunakan analisis grafik, yaitu dengan melihat grafik histogram, dengan melihat *Normality Probability Plot (P-Plot)*, serta analisis *Non Parametric Test* yaitu *Sample K-S*

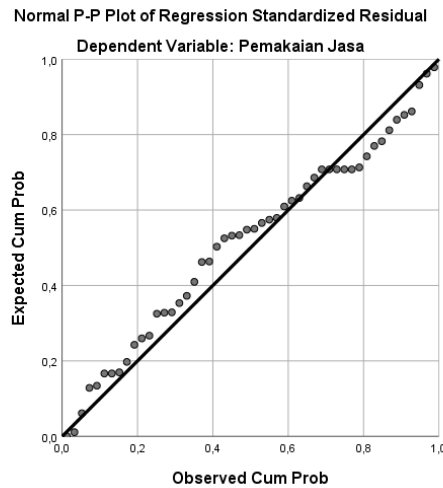
Gambar 1



Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

Jika melihat kurva pada grafik histogram diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi memiliki distribusi normal. Hal ini diperhatikan oleh bentuk kurva yang menyerupai lonceng, *bell shaped*.

Gambar 2 *P-Plot Regression*



Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

Dari grafis *Normal P-Plot* diatas, terlihat titik-titik menyebar berhimpit disekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,77649885
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,079
	Negative	-,106
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

UJI MULTIKOLINIERITAS

Model		Coefficients ^a	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	,195	5,116
	Kualitas Layanan	,309	3,235
	Kepercayaan	,179	5,574
	Pengalaman	,356	2,810

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

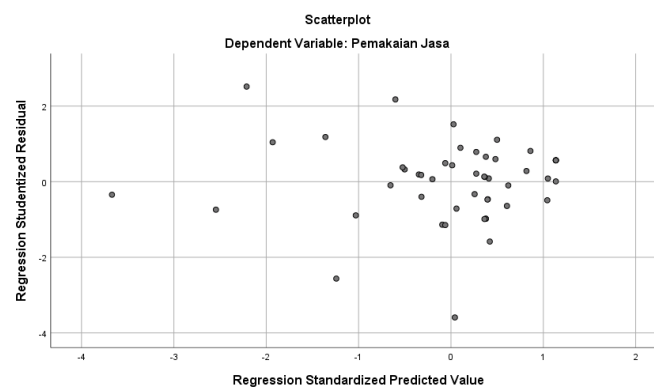
Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel X1,X2,X3 dan X4 masing masing memiliki nilai collinearity statistic VIF sebesar 5.116 ; 3.235 ; 5.574 ; 2.810 dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar 4

Scatterplot



Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar secara baik diatas dan dibawah angka 0 pada sumber Y.

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara harga (X1), kualitas layanan (X2), kepercayaan (X3), dan pengalaman (X4) terhadap keputusan pemakaian jasa (Y) dalam menggunakan jasa pengiriman barang di PT. SILKargo Indonesia.

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,107	2,628		4,226	,000
	Harga	,523	,309	,427	1,693	,097
	Kualitas Layanan	,433	,160	,543	2,706	,010
	Kepercayaan	-,073	,329	-,059	-,222	,825
	Pengalaman	-,191	,150	-,238	-1,272	,210

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

UJI HIPOTESIS UJI T (PARSIAL)

Uji T digunakan untuk mengetahui signifikan antara variabel independent (harga, kualitas layanan,kepercayaa) dengan variabel dependen (pengalaman pelanggan).

Tabel 6 Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,107	2,628		4,226	,000
	Harga	,523	,309	,427	1,693	,097
	Kualitas Layanan	,433	,160	,543	2,706	,010
	Kepercayaan	-,073	,329	-,059	-,222	,825
	Pengalaman	-,191	,150	-,238	-1,272	,210

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

UJI F (SILMUTAN)

Tabel 7 Uji F (Silmutan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121,359	4	30,340	8,829	,000 ^b
	Residual	154,641	45	3,436		
	Total	276,000	49			

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

Diketahui hasil dari f hitung sebesar (8.829) > f tabel (2.579) dengan Sig. (0.000) < 0,05. sehingga keputusan yang diambil adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Yang berarti variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), Kepercayaan (X3) dan Pengalaman Pelanggan (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa (Y1).

KOEFISIEN DETERMINASI

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 8 Koefisien Determasi

Uji R^2

Model Summary

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,663 ^a	,440	,390

a. Predictors: (Constant), Pengalaman , Kepercayaan, Kualitas Layanan, Harga

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 26, 2023

Diperoleh nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,390 = 39% angka tersebut mengandung arti bahwa variabel harga,kualitas layanan,kepercayaan dan pengalaman berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pemakaian jasa sebesar 39% sedangkan sisanya 61% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian analisis statistik dan pembahasan penelitian yang diolah dengan program SPSS V.25 telah menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Keputusan Penggunaan Jasa PT. SILKargo Indoensia Cabang Batam dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Hal ini berdasarkan hasil Uji T

Parsial dimana nilai t hitung $1.693 < t$ tabel 2.014 dan sig. $0.097 > 0.05$. Dengan demikian H_2 diterima. Hal ini berarti harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa

2. Kualitas Layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Hal ini berdasarkan hasil Uji T Parsial dimana nilai t hitung $2.706 > t$ tabel 2.014 dan sig. $0.000 < 0.05$. Dengan demikian H_1 diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam.
3. Kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Hal ini berdasarkan hasil Uji T Parsial dimana nilai t hitung $-0.222 < t$ tabel 2.014 dan sig. $0.0210 > 0.05$. Dengan demikian H_3 ditolak. Hal ini berarti Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam.
4. Pengalaman Pelanggan secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Hal ini berdasarkan hasil Uji T Parsial dimana nilai t hitung $1.272 > t$ tabel 2.014 atau sig. $0.210 > 0.05$. Dengan demikian H_4 ditolak. Hal ini berarti pengalaman berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan Harga, Kualitas Layanan, kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. Hal ini berdasarkan hasil Uji F dimana F hitung $8.829 > F$ tabel 2.579 dengan sig $0.000 < 0.05$. Dengan demikian H_5 diterima. Hal ini berarti Harga (X_1), Kualitas Layanan(X_2), Kepercayaan (X_3) dan Pengalaman (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa (Y).

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Harga yang di berikan PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam hendaknya lebih terjangkau tetapi tetap mempertahankan keamanan dan keselamatan agar pelanggan dapat mempercayakan pengiriman di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam
2. Kualitas Layanan yang di berikan PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam sudah cukup baik sehingga pelanggan dapat percaya dengan menggunakan jasa pengiriman di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam.
3. Kepercayaan pelanggan kepada PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam. masih kurang baik sehingga yang harus di lakukan PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam adalah memperbaiki kualitas layanan agar pelanggan dapat mempercayakan pengiriman barang di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam.
4. Pengalaman Pelanggan yang kurang baik membuat pelanggan tidak mempercayakan pengiriman di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam, yang harus di lakukan PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam adalah menciptakan pengalaman baik dengan cara memperbaiki kinerja dan memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan bisa memberikan pengalaman terbaik di PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam.
5. Diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dikemudian hari untuk dapat meneliti variabel lain yang mempengaruhi keputusan pemakaian jasa PT. SILKargo Indonesia Cabang Batam selain variabel Harga, Kualitas Layanan,Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. 2012 . Manajemen Pemasaran . PT. Raja Grafindo Persada .
Andi. 2015 . Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Armstrong, G., & Kotler, P. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Akbar & Haryoko, 2020 Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang
- Destarini & Pramudi, 2020 Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar
- Indra & Baldih, 2021 Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti
- Hughes, M. 2015. *Buzz Marketing*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kusumah, E. P. 2019. Respon Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan, Penerimaan Teknologi "Tracking System" dan Harga pada Industri Jasa Pengiriman. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Manfi, M. D. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pencucian Mobil Si Galuh Samarinda. *e-Journal Administrasi Bisnis*.
- Munawaroh, N. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik di Desa Kertamukti Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat. *JISIPOL*.
- Oentoro, D. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBangPRESSindo.
- Paul, P. J., & Jery, O. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priyatno, D. 2013. *Mandiri Belajar: Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyatno, D. 2016. *Belajar Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS: Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media.
- RAIM, A. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang JNE di Agen Putro Agung Wetan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga JPTN, Volume 1 Nomor 1*.
- Salim, K. F., Catherine, & Andreani, F. 2013. Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Konsumen di TX Travel Klampis. *Jurusan Manajemen Perhotelan*.
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. 2015. *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Setiadi, j. N. 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. 2012. *Dasar-Dasar Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS Central for Academic Publishing Service.
- Sunyoto, D. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS Central for Academic Publishing Service.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rusdakarya.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Tjiptono, F. 2017. Pemasaran Jasa. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wibowo, A. E. 2012. Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. Yogyakarta: Gava Media.
- Widarjono, A. 2018. Analisis Regresi dengan SPSS. UPP STIM YKPN.