

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT.POS INDONESIA (PERSERO) MOJOKERTO

Henanida Fauzyyah

Pembimbing I : Budi Utami, SE., MM

Pembimbing II : Rika Dwi Harsasi, SE., M.SM

Fakultas Ekonomi Universitas Ekonomi Manajemen

Henahena378@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto. The title of this research is "The Effect of Service Quality, Location and Facilities on Consumer Satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto ". This research is a type of research that is quantitative descriptive. The method used is questionnaire, interview, observation and documentation. The purpose of this study is to find out whether service quality, location and facilities affect consumer satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto.

In this study the author took the Hypothesis, allegedly that Service Quality, Location and Facilities have significant effect both simultaneously and partially on Consumer Satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto. This study uses questionnaires or questionnaires with a total sample of 184 consumers at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto as a respondent. The analysis technique used multiple linear regression test which aims to find or calculate whether there is influence or not, between Service Quality, Location and Facilities.

The results of testing the first hypothesis shows that the variable Service Quality (X1) does not have a partial effect on the Variable of Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), this is based on the t count < t table or $1.248 < 1.654$. The results of testing the second hypothesis shows that the location variable (X2) has a partial effect on the variable of customer satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), this is based on the value of t count > t table or $6.064 > 1.654$. The results of testing the third hypothesis shows that the Facility variable (X3) has a partial effect on the Variable Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), this is based on t count > t table or $2.105 > 1.654$. The results of the fourth hypothesis testing indicate that the variable Service Quality (X1), Location (X2) and Facilities (X3) simultaneously affect the Variable Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), this is based on the Fcount value > Ftable or $501.688 > 2.65$.

Keywords: *Service Quality, Location, Facilities, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto. Judul penelitian ini adalah "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto". Penelitian ini adalah jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Adapun metode yang dilakukan adalah kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto.

Dalam penelitian ini penulis mengambil Hipotesis, diduga bahwa Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto. Penelitian ini menggunakan kuisioner atau angket dengan jumlah sampel sebanyak 184 orang pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero)

Mojokerto sebagai responden. Adapun teknik analisa yang digunakan uji regresi linier berganda yang bertujuan untuk mencari atau menghitung apakah ada pengaruh atau tidak, antara Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), hal ini berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1.248 < 1.654$. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), hal ini berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.064 > 1.654$. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), hal ini berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.105 > 1.654$. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y), hal ini berdasarkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $501.688 > 2.65$.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Perubahan dan perkembangan di bidang teknologi membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang yang mengikuti perekonomian dunia, dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah perkembangan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi, maka kebutuhan pada jasa pengiriman barangpun semakin meningkat.

Daya tarik jasa pengiriman yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitupun dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak dibidang layanan jasa pengiriman. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki keunggulan dengan memiliki *brand* dan *image* yang sudah lebih dulu di kenal di kalangan masyarakat luas bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan pengiriman terkemuka. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono 2012:54).

Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Selain kualitas pelayanan yang baik, yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Lokasi. Ada prinsip-prinsip yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi suatu bisnis, yaitu daerah perdagangan yang cukup potensial, tempat mudah dijangkau, mempunyai potensi pertumbuhan, terletak dalam arus bisnis, ada daya tarik yang kuat, dalam lalu lintas persaingan kecil (Kotler dan Keller, 2012:47). Faktor yang terakhir selain kualitas layanan dan lokasi adalah fasilitas. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan (Gronroos dan Daryanto, 2014:47). Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan.

Pengambilan ketiga faktor yakni faktor Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas tersebut juga dikarenakan di sekitar PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto terdapat layanan pengiriman seperti TIKI, JNE, JNT dan PANDU LOGISTIC yang tidak menutup kemungkinan dapat menjadi pesaing PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto. Semua faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas tentang PT. Pos Indonesia

(Persero) Mojokerto belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y).
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi (X_2) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y).
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas (X_3) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y).
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y).

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Zethaml, 2006 dan Surydna (2017) menyatakan kualitas pelayanan merupakan element yang penting dalam menerima respon pelanggan pada lembaga pelayanan jasa seperti rumah sakit, lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan maka pelayanan tersebut dikatakan baik. Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas pelayanan tersebut dikatakan ideal. Dan jika pelayanan yang diberikan kurang memenuhi harapan pelanggan maka kualitas pelayanan tersebut buruk.

Lokasi

Pengertian Lokasi

Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan. Menurut Kotler (2008) Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi dan lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

Fasilitas

Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena proses penyampaian jasa kepada pelanggan sangatlah membutuhkan fasilitas pendukung (Supriyanto, 2012:47). Fasilitas merupakan sesuatu yang penting untuk usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan yang dirasakan pelanggan secara langsung..

Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan

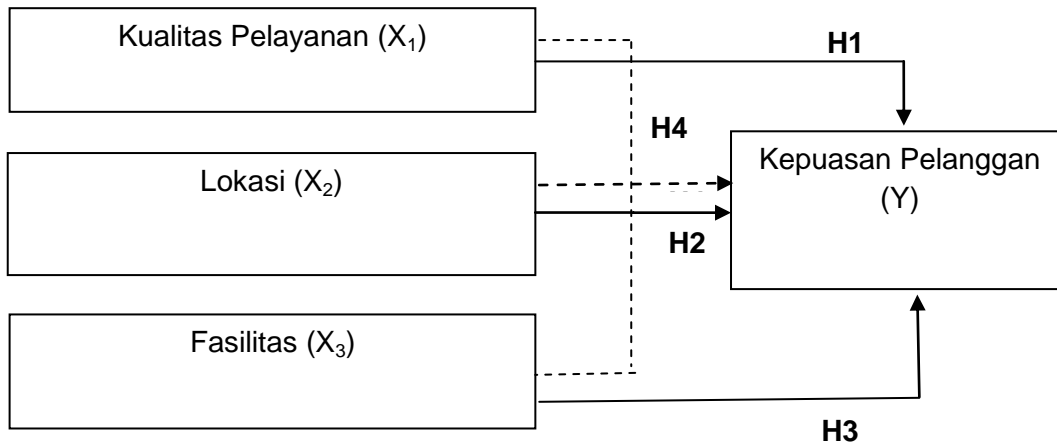
Menurut Kotler dan Gery Amstrong (2014:150), kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Sampai saat ini banyak ahli yang mendefinisikan tentang pengertian kepuasan konsumen antara lain: Hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang

diharapkan dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengonsumsi produk tersebut.

Kerangka Konseptual

Lebih lanjut kerangka konseptual dapat digambarkan pada skema sebagai berikut :

Gambar Kerangka Konseptual



Sumber : Henanida Fauzyyah, 2018

Keterangan : —————> Parsial
- - - - -> Simultan

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiono, 2017:45). Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka peneliti akan mengajukan hipotesis seperti berikut :

H1 : Diduga Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H2 : Diduga Lokasi (X₂) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H3 : Diduga Fasilitas (X₃) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

H4 : Diduga Kualitas Pelayanan (X₁), Lokasi (X₂) dan Fasilitas (X₃) berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2017:8). Penulis menggunakan desain deskriptif kuantitatif karena dilakukan pengujian statistik yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menguji hipotesa. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah dimensi Kualitas Pelayanan (X₁), Lokasi (X₂) dan Fasilitas (X₃) sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No. 05, Mergelo, Purwotengah, Magersari, Kota Mojokerto. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2018.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2017:115). Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi pelanggan di PT. POS Indonesia (Persero) Mojokerto selama penyebaran kuesioner yang dilakukan selama satu minggu di bulan Agustus yaitu sebanyak 340 orang pelanggan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2017:116). Pada penelitian ini, peneliti menghadapi kasus dimana jumlah populasi yang ada sangat banyak (sulit diketahui secara pasti), sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Adapun ukuran sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya sesuai dengan jumlah populasi yang disebutkan di atas, yaitu berjumlah 340 orang sedangkan penetapan jumlah sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus dari Slovin, yang diambil dari buku Husein Umar (2013:76) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :
 n = Ukuran sampel
 N = Ukuran populasi
 e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir
 (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah sebesar 5%)
 maka : $n = \frac{340}{1 + 340(0.05)^2} = 183.78$

$$n = 183.78, \text{ dibulatkan menjadi } 184$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka penulis menetapkan anggota sampel penelitian (n) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 184 responden.

Identifikasi Variabel

1. Menurut Sugiyono (2013:39) variabel Independent (*independent variable*) atau variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas layanan yaitu Kualitas Pelayanan (X₁), Lokasi (X₂) dan Fasilitas (X₃).
2. Variabel Dependent (*dependent variable*) atau variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011:39). Variabel dependen (variabel Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiono (2013:68) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid ini berarti instrumen tersebut dapat digunakan

untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Butir pernyataan angket yang valid apabila mempunyai harga r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0.05.

2. Uji Reliabilitas

Adalah untuk menguji tingkat keandalan (reliabel) suatu pernyataan digunakan teknik analisis *Cronbach Alpha* untuk tiap variabel penelitian melalui program *IBM spss statistics 24*. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.60

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali, 2016).

2. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2011:103) Uji linearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0.05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) lebih dari 0.05.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:106) Uji Multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji Multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala Multikolinieritas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ini muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada seseorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama atau pada periode berikutnya. Dasar pengambilan keputusan dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika dW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4 - dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika dW terletak di antara dU dan $(4 - dU)$ maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika dW terletak antara dL dan dU atau diantaranya $(4 - dU)$ dan $(4 - dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

5. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:109) Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji Heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik plot antara lain prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SREID*. Tidak terjadi Heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y .

Pengujian Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , ini berarti ada alasan yang kuat untuk menerima hipotesis satu (H_1) dan menolak hipotesis nol (H_0), demikian pula sebaliknya. Selain itu juga bisa dengan menggunakan uji signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka ini berarti ada alasan yang untuk menerima hipotesis satu (H_1) dan menolak hipotesis nol (H_0), demikian pula sebaliknya.

2. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011:111). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0.05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dilakukan dengan kriteria :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi ≤ 0.05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Berikut ini adalah hasil Uji Validitas yang terdiri dari variable Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) :

1. Uji validitas variable independen dan variable dependen

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	X _{1.1}	0.731	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.2}	0.499	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.3}	0.796	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.4}	0.766	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.5}	0.518	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.6}	0.731	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.7}	0.456	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.8}	0.850	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.9}	0.794	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.10}	0.518	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.11}	0.731	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.12}	0.499	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.13}	0.889	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.14}	0.767	0.1447	0.000	Valid
	X _{1.15}	0.518	0.1447	0.000	Valid
Lokasi (X_2)	X _{2.1}	0.817	0.1447	0.000	Valid
	X _{2.2}	0.495	0.1447	0.000	Valid
	X _{2.3}	0.852	0.1447	0.000	Valid
	X _{2.4}	0.746	0.1447	0.000	Valid
	X _{2.5}	0.485	0.1447	0.000	Valid
	X _{2.6}	0.817	0.1447	0.000	Valid
Fasilitas (X_3)	X _{3.1}	0.743	0.1447	0.000	Valid
	X _{3.2}	0.527	0.1447	0.000	Valid
	X _{3.3}	0.820	0.1447	0.000	Valid
	X _{3.4}	0.755	0.1447	0.000	Valid
	X _{3.5}	0.521	0.1447	0.000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y _{1.1}	0.820	0.1447	0.000	Valid
	Y _{1.2}	0.636	0.1447	0.000	Valid
	Y _{1.3}	0.875	0.1447	0.000	Valid

Dari tabel diatas nampak bahwa seluruh item-item dari semua variabel adalah valid. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Ghozali, 2016), yang mengemukakan bahwa : Pengujian

validitas instrumen dilakukan dengan melihat apakah setiap *item* berkorelasi dengan skor total lebih besar dari 0.40. Suatu pertanyaan dianggap valid bila koefisien korelasinya lebih besar dari nilai r tabel. Jika sebaliknya, maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid atau dinyatakan gugur.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2 : Hasil Uji Reliabilitas

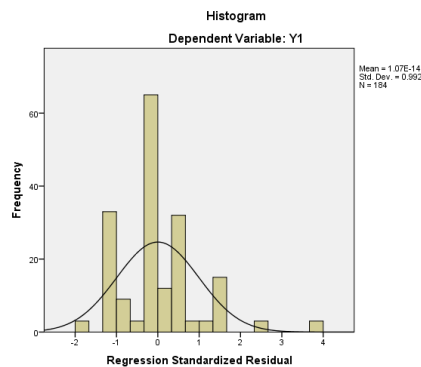
No	Variabel	<i>Alpha Chronbach</i>	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0.918	<i>Reliabel</i>
2	Lokasi (X_2)	0.796	<i>Reliabel</i>
3	Fasilitas (X_3)	0.711	<i>Reliabel</i>
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.674	<i>Reliabel</i>

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan menggunakan alat analisis SPSS 24.0, diketahui bahwa nilai *Alpha Chronbach* semua variabel dalam penelitian ini lebih besar dari pada 0.60 sehingga dapat dikatakan bahwa reliabilitasnya dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran yang telah dilakukan adalah *reliable*.

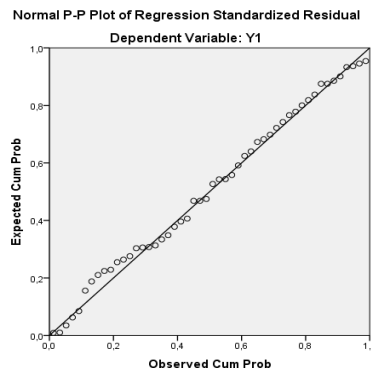
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 1 : Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas



Gambar 2 : P-Plot Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan tampilan Gambar 4.5 dan 4.6 diatas, dimana grafik histogram memberikan pola distribusi melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal. Selanjutnya pada

gambar p-plot terlihat titik - titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Tabel 3 : Hasil Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a										
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Correlations			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.050	.114		.437	.043						
	X1	.230	.184	.209	1.248	.014	.930	.093	.030	.221	47.154	
	X2	.995	.164	.952	6.064	.000	.944	.412	.148	.224	41.577	
	X3	.235	.111	.205	2.105	.037	.920	.155	.051	.263	15.980	

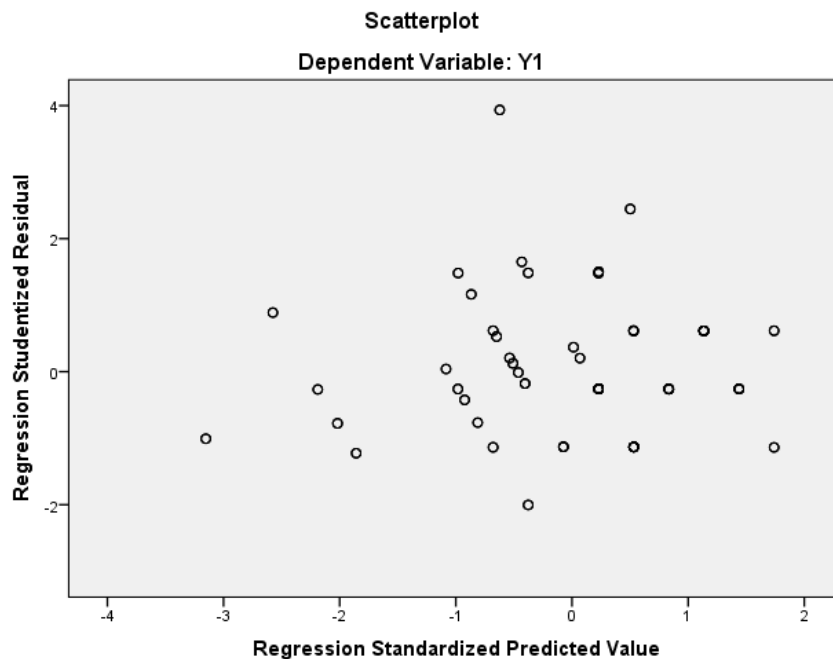
a. Dependent Variable: Y1

Dapat dilihat nilai Tolerance variabel bebas lebih besar dari 0.10 ($X_1 = 0.221$, $X_2 = 0.224$ dan $X_3 = 0.263$) dan nilai VIF lebih besar dari 10 ($X_1 = 47.156$, $X_2 = 41.577$ dan $X_3 = 15.980$), dengan demikian kedua variabel tidak terdapat asumsi multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Charts



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas terlihat gambar bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Dari gambar diatas maka dapat disimpulkan bebas heterokedastisitas sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi Variabel tidak ada atau nilainya 0, maka Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

berdasarkan masukan variabel bebas atau independen yaitu Variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3).

Uji Autokorelasi

Tabel 4 : Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b											
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson	
						F Change	df1	df2			
1	.945 ^a	.893	.891	.19223	.893	501.688	3	180	.000	1.691	
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1											
b. Dependent Variable: Y1											

Berdasarkan Tabel diatas, maka dikatakan tidak ada autokorelasi. Hal ini dikarenakan oleh $dL < DW > dU$ dan $dL < (4 - DW) > dU$ atau $1.6574 < 1.691 > 1.8621$ dan $1.67574 < (4 - 1.691 = 2.309)$.

Uji Linieritas

Tabel 5 : Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X1	Between Groups	(Combined)	58.631	20	2.932	131.387	.000
		Linearity	53.852	1	53.852	2413.536	.000
		Deviation from Linearity	4.779	19	.252	11.274	.0661
	Within Groups		3.637	163	.022		
Total			62.268	183			

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa linieritas antara variabel Kepuasan Pelanggan Di PT.Pos Indonesia (Persero) Mojokerto (Y) dengan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), hal ini diperlihatkan dengan nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0.661. Nilai tersebut > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linier.

Tabel 6 : Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X2	Between Groups	(Combined)	56.845	14	4.060	126.543	.000
		Linearity	55.445	1	55.445	1727.952	.000
		Deviation from Linearity	1.401	13	.108	3.358	.071
	Within Groups		5.423	169	.032		
Total			62.268	183			

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa linieritas antara variabel

Kepuasan Pelanggan (Y) dengan variabel Lokasi (X₂), hal ini diperlihatkan dengan nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0.071. Nilai tersebut > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Lokasi (X₂) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linier.

Tabel 7 : Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X3	Between Groups	(Combined)	55.045	12	4.587	108.598	.000
		Linearity	52.687	1	52.687	1247.336	.000
		Deviation from Linearity	2.359	11	.214	5.076	.611
	Within Groups		7.223	171	.042		
	Total		62.268	183			

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa linieritas antara variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan variabel Fasilitas (X₃), hal ini diperlihatkan dengan nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar 0.071. Nilai tersebut > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Fasilitas (X₃) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linier.

Analisis Koefisien Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 8 : Tabel Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.050	.114		.437	.043					
	X1	.230	.184	.209	1.248	.014	.930	.093	.030	.021	47.154
	X2	.995	.164	.952	6.064	.000	.944	.412	.148	.024	41.577
	X3	.235	.111	.205	2.105	.037	.920	.155	.051	.063	15.980

a. Dependent Variable: Y1

Dari tabel 8 persamaan regresi yang didapat adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \text{ atau } Y = 0.050 + 0.230X_1 + 0.995X_2 + 0.235X_3$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah:

- Konstanta (α) sebesar 0.050, artinya Variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Lokasi (X₂) dan Fasilitas (X₃) tidak ada atau nilainya 0, maka Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya sebesar 0.050.
- Koefisien regresi variable Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 0.230, artinya apabila Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) ditingkatkan 1 satuan, maka Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.230 satuan. Koefisien bernilai positif artinya hubungan searah antara Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Apabila

Kualitas Pelayanan (X_1) lebih ditingkatkan, bisa jadi Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan.

- c. Koefisien regresi variable Lokasi (X_2) sebesar 0.995, artinya apabila variable Lokasi (X_2) ditingkatkan 1 satuan, maka Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.995 satuan. Koefisien bernilai positif artinya hubungan searah antara variable Lokasi (X_2) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Apabila aspek Lokasi (X_2) sudah sesuai dengan keinginan pelanggan bisa jadi Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan.
- d. Koefisien regresi variable Fasilitas (X_3) sebesar 0.235, artinya apabila variable Fasilitas (X_3) ditingkatkan 1 satuan, maka Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.235 satuan. Koefisien bernilai positif artinya hubungan searah antara variable Fasilitas (X_3) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Apabila aspek Fasilitas (X_3) ditingkatkan bisa jadi Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Tabel 9 : Uji Hipotesis Secara Parsial (uji T)

Coefficients ^a											
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.050	.114		.437	.043					
	X1	.230	.184	.209	1.248	.014	.930	.093	.030	.021	47.154
	X2	.995	.164	.952	6.064	.000	.944	.412	.148	.024	41.577
	X3	.235	.111	.205	2.105	.037	.920	.155	.051	.063	15.980

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hasil Uji pengaruh antara Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Uji t)

Uji t untuk menguji signifikan konstanta dan variabel dependen (variabel Kualitas Pelayanan (X_1)). Dengan kriteria uji koefisien regresi dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai berikut :

H_a : Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

H_o : Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai *thitung* dengan nilai *ttabel* sebagai berikut :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak artinya koefisien regresi *signifikan*.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_o diterima artinya koefisien regresi *tidak signifikan*.

Untuk melihat *ttabel* dalam pengujian hipotesis pada model regresi, perlu menentukan derajat bebas atau *Degre Of Freedom* (df). Hal ini ditentukan dengan rumus :

$$df = n - k$$

Keterangan :

n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

k = Banyaknya variabel (Bebas dan terikat)

Berdasarkan perhitungan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa H_o ditolak. Karena $t_{hitung} < t_{tabel} = 1.248 < t_{(0.05,180)} = 1.654$ atau $1.248 < 1.654$, terlihat pada kolom sig pada tabel terdapat nilai 0.014 atau probabilitas kurang dari 0.05. Maka disimpulkan H_o diterima yang

artinya koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Hasil Uji Pengaruh antara Variabel Lokasi Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Uji t)

Uji t untuk menguji signifikan konstanta dan variabel dependen (Variabel Lokasi (X_2)) dengan kriteria uji koefisien regresi dari variabel Lokasi (X_2) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai berikut :

Ha : Variabel Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

Ho : Variabel Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai *thitung* dengan nilai *t* tabel sebagai berikut :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya koefisien regresi *signifikan*.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya koefisien regresi *tidak signifikan*.

Untuk melihat *t* tabel dalam pengujian hipotesis pada model regresi, perlu menentukan derajat bebas atau *Degre Of Fredom* (df). Hal ini ditentukan dengan rumus :

$$df = n - k$$

Keterangan :

n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

k = Banyaknya variabel (Bebas dan terikat)

Berdasarkan perhitungan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa H_0 diterima. Karena $t_{hitung} > t_{tabel} = 6.064 > t_{(0,05,180)} = 1.654$ atau $6.064 > 1.654$, terlihat pada kolom sig pada tabel terdapat nilai 0.000 atau probabilitas kurang dari 0.05. Disimpulkan maka H_0 ditolak artinya variabel Lokasi (X_2) secara parsial berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Hasil Uji Pengaruh antara Variabel Fasilitas Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Uji t untuk menguji signifikan konstanta dan variabel dependen (Variabel Fasilitas (X_3)) dengan kriteria uji koefisien regresi dari variabel Fasilitas (X_3) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai berikut :

Ha : Variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

Ho : Variabel Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.

Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai *thitung* dengan nilai *t* tabel sebagai berikut :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya koefisien regresi *signifikan*.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya koefisien regresi *tidak signifikan*.

Untuk melihat *t* tabel dalam pengujian hipotesis pada model regresi, perlu menentukan derajat bebas atau *Degre Of Fredom* (df). Hal ini ditentukan dengan rumus :

$$df = n - k$$

Keterangan :

n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

k = Banyaknya variabel (Bebas dan terikat)

Berdasarkan perhitungan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa H_0 diterima. Karena $t_{hitung} > t_{tabel} = 2.105 > t_{(0,05,180)} = 1.654$ atau $2.105 > 1.654$, terlihat pada kolom sig pada tabel terdapat nilai 0.000 atau probabilitas kurang dari 0.05. Disimpulkan maka H_0 ditolak artinya variabel Fasilitas (X_3) secara parsial berpengaruh langsung secara signifikan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Uji F

Tabel 10 : Hasil Uji F

ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.617	3	18.539	501.688	.000 ^b
	Residual	6.652	180	.037		
	Total	62.268	183			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan perhitungan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak. Karena $F_{hitung} > F_{tabel} = 501.688 > (0.05,180) = 2.65$ atau $501.688 > 2.65$, Terlihat pada kolom sig pada tabel terdapat nilai 0.000 atau probabilitas kurang dari 0.05. Disimpulkan maka H_0 ditolak artinya koefesien regresi signifikan atau variabel X yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) jika diuji secara Simultan atau serempak berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel Y yaitu Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
4. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran-saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, yaitu :

- a. Bagi PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto
 1. Sebaiknya pihak PT. Pos Indonesia (Persero) Mojokerto tetap menjaga dan mempertahankan kualitas dari ketiga faktor tersebut, sehingga dapat eksis dan bertahan dalam dunia bisnis khususnya di bidang pemenuhan jasa pengiriman
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
 1. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini sangat sedikit, yaitu hanya dua variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan cara peningkatan hasil produksi. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain faktor Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3).
 2. Variabel Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) dan Fasilitas (X_3) yang dijadikan sebagai bahan kuesioner yang digunakan oleh peneliti masih terbatas dan pertanyaannya masih kurang memadai, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambah dan memperbaiki pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, Owusu. 2013. *Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in The Kumasi Metropolis in Ghana A Comparative Study*.
- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Alfabeta.

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Bahri. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Atmosfer Kenyamanan, Keragaman Produk, Dan Desain Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Gardena Department Store).
- Chairiza. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Andalas di Bandar Lampung, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, CAPS.
- Daryanto, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang, Gava Media.
- Frendy. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Fure, Hendra. 2013. Pengaruh Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca.
- Hafidzi, Alreza. 2013. Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro).
- Hartimbul, Ginting, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung, CV. Yrama Widya.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Operations Management (Manajemen Operasi)*, Edisi 11, Penerjemah Dwi Anoegeerah Wati S dan Indra Almahdy, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philipp dan Gery Amstrong, 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- _____, 2014. *Principle Of Marketing, 15 edition*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Bandung, CV. Alfabeta.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Nirwana. 2012. *Pemasaran Jasa*, Alfa Pustaka, Malang.
- Rangkuti. Freddy. 2017. *Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, PT. Gramedia Asri Media.
- Rediono Tan, Erwin. 2011. Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Alfamart Surabaya.
- Sam, Arianto. 2012. *Sahabat Bersama*, Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Satmoko. 2005. Analisis Efektifitas Marketing Mix terhadap Tingkat Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) di Kota Magelang.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Supriyanto, Eko. 2012. *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Cerdas Istimewa*, Bandung, Yrama Widya.
- Swastha, Basu. 2012. *Manajemen Penjualan Edisi 3*, Yogyakarta, BPFE.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Utami, Christina Widya. 2012. *Manajemen Ritel, Edisi Kedua*, Jakarta, Pnerbit Salemba Empat.
- Vuuren. 2012. *Customer Retention Strategies Implemented By Fast Food Outlets In The Gaunteng, Western Cape And Kwazulu-Natal Provinces Of South African Journal Of Marketing Management, 1(2) :070-080*.
- Wayan Arta. 2012. Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di Maya Ubud Resto dan Spa, Jurnal Perhotelan dan Pariwisata Vol. 2 No. 1:66).
- Wulandari, Wahju. 2012. Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang.