

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN APLIKASI GO-FOOD GOJEK  
( STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UB)**

**Ronald H.P. Rumboirusi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

ronaldrumboirusi@yahoo.com

Dosen Pembimbing:

**Dr. Mugiono,SE.,MM.,CMA**

**ABSTRAK**

Tujuan peneliti dilakukan 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan Go-food pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bawijaya di Kota Malang. 2) Untuk mengetahui tingkat Kepuasan layanan aplikasi Go-food pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya di Kota Malang, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa 1) *Efficiency* ( $X_1$ ) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 2) *Fulfilment* ( $X_2$ ) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 3) *Reliability* ( $X_3$ ) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 4) *Privacy* ( $X_4$ ) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci** : *Kualitas Layanan Elektronik, dan Kepuasan Pelanggan*

**ABSTRACT**

The researchers' goal done 1) To determine the effect of service quality on customer satisfaction elektronik Go-food on management students of the Faculty of Economics and Business University Bawijaya in Malang. 2) To determine the level of service satisfaction Go-food applications in Management students of Faculty of Economics and Business Universitas Brawijaya. The population in this study is the Student Management Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya in Malang, in this study using multiple linear regression analysis using SPSS. Based on the results of research and discussion, it can be deduced that 1) *Efficiency* ( $X_1$ ) having a significant effect on customer satisfaction. 2) fulfillment ( $X_2$ ) having a significant effect on customer satisfaction. 3) Reliability ( $X_3$ ) having a significant effect on customer satisfaction. 4) Privacy ( $X_4$ ) having a significant effect on customer satisfaction.

**Keywords** : *Electronic Service Quality and Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan perekonomian Indonesia yang pesat serta menjadi salah satu negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi saat ini salah satunya yaitu teknologi dalam aspek jasa. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa perlu merumuskan strategi untuk melatih dan mempekerjakan karyawan yang terampil, berpenampilan menarik serta berwawasan dan memiliki pengetahuan luas. Berkaitan fenomena tersebut penting bagi perusahaan jasa melalui pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan prima. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya pada sistem aplikasi dan sosial media telah melahirkan berbagai industri kreatif baru salah satunya adalah bidang jasa transportasi. Kehadiran transportasi online berbasis aplikasi telah masuk di Indonesia. Aplikasi GO-JEK merupakan salah satu bentuk teknologi yang sangat membantu .GO-JEK adalah perusahaan yang melayani layanan ojek di mana saja untuk siapa saja yang membutuhkan secara online. Selain dapat mengantar orang ke suatu tempat, Gojek juga melayani pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja, dan lain sebagainya.

Perusahaan *Go-Jek* didirikan di Jakarta oleh Nadiem Makarim pada Tanggal 13 Oktober 2010.

Semakin berkembangnya teknologi membuat masyarakat ingin mendapatkan sesuatu secara cepat dan mudah. Salah satu contoh yaitu ketika membeli makanan. Masyarakat Indonesia cenderung membeli makanan aplikasi online. GO-FOOD merupakan pilihan dari aplikasi GO-JEK yang berfokus pada pesanan makanan yang nantinya akan dikirim kepada pemesan makanan tersebut. Go-Food merupakan sebuah fitur layanan food delivery layaknya delivery order di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan smartphone dan membuka fitur Go-Food di dalam aplikasi Gojek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Gojek. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh Gojek. Layanan Go-food dinobatkan menjadi layanan pesan antar makanan terbaik di Indonesia ( menurut [www.cnbc.indonesia.com](http://www.cnbc.indonesia.com)). Predikat tersebut berdasarkan hasil riset Nielsen Singapura yang mengungkapkan 84% masyarakat yang menggunakan lebih dari satu aplikasi pesan antar makanan, menilai Go Food menawarkan layanan pesan antar makanan terbaik di Indonesia. Jumlah ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan

rata-rata industri yakni sekitar 39%. Berdasarkan riset Nielsen "Understanding The Online Food Delivery Market dan GoFood's Leadership in Indonesia", GoFood dinilai memiliki lima keunggulan.

Pertama, GoFood dianggap punya pilihan menu terlengkap dan dengan merchant paling beragam, masing-masing oleh 87% dan 83% konsumen. Kedua, aplikasi GoFood dianggap paling user friendly dan mudah digunakan oleh 83% konsumen. Ketiga, mitra driver Gojek juga dinilai paling ramah, sopan dan informatif oleh 82% konsumen. Keempat, kemudahan top-up untuk pembayaran melalui aplikasi juga dianggap oleh 82% konsumen sebagai salah satu keunggulan. Kelima, GoFood juga dianggap sebagai layanan pesan-antar makanan tercepat oleh 79% konsumen.

Faktor penting dalam terciptanya kepuasan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan sehingga pelanggan atau konsumen memiliki kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009).

Dalam penelitian ini peneliti tertarik mengambil populasi mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

Brawiaya karena peneliti sendiri merupakan seorang mahasiswa yang berasal dari Fakultas dan Universitas tersebut. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti bermaksud untuk meneliti tentang **"Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Go-Food ( Studi Pada Mahasiswa Manajemen FEB UB)"**.

## KAJIAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumen

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau produk harus mengetahui perilaku konsumen sehingga perusahaan tersebut dapat mencapai tujuan perusahaan yang efektif dan efisien. Menurut Engel. Et al. (2010:3) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini.

Sedangkan Menurut Mowen (2009 : 5) perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuat keputusan yang terlibat dalam menerima, menggunakan dan penentuan barang, jasa, dan ide. Dalam definisi tersebut terdapat istilah unit-unit pembuat keputusan, karena keputusan dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok.

## Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kinerja sebuah perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan para pelanggannya. Setiap perusahaan tentunya akan berlomba-lomba meningkatkan kinerja pelayanan untuk tercapainya standar kualitas yang tinggi agar pelanggan tidak mudah berpindah pada pesaing. Menurut Kotler (2007:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.

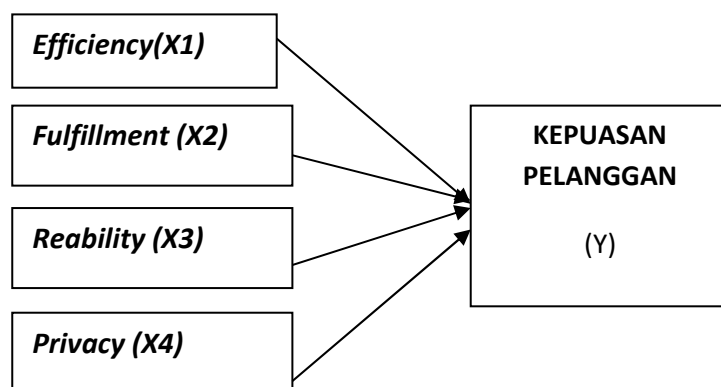
## E-Service Quality

Meningkatkan E-service quality merupakan hal yang sangat penting untuk setiap perusahaan yang bergerak menggunakan menggunakan teknologi. Jika perusahaan dapat meningkatkan E-servicequality dengan baik maka pelanggan mendapatkan kepuasan melalui layanan E-service quality yang diberikan oleh perusahaan. Menurut (Zeithaml et.all, 2013) E-service quality didefinisikan sebagai seberapa kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan bantuan berupa pengalaman berbelanja, pembayaran dalam suatu transaksi maupun pembelian barang dan pengiriman produk

secara efektif dan efisien. Kemudian Menurut ( Trisnawati Olivia dkk, 2017) skala inti kualitas layanan elektronik dibagi menjadi empat bagian yaitu :

- a) *Efficiency*: kemampuan pelanggan mencari informasi yang berkaitan dengan produk serta kemudahan dalam mengakses dan meninggalkan *website* dengan upaya minimal.
- b) *fulfillment*: pemenuhan produk dan memberikan layanan yang diminta pelanggan secara benar dan tepat waktu.
- c) *Reability*: kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
- d) *Privacy*: jaminan bahwa data dan transaksi pelanggan aman dan tidak dibocorkan.

### Model Konsep



Sumber : peneliti (2020)

- a. H1: Efficiency berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

- b. H2 : Fulfilment berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- c. H3 : Reability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- d. H4 : Privacy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan diambil kesimpulannya.

#### **Lokasi Penelitian, Populasi, dan Sampel**

Penelitian ini dilaksanakan secara online dengan menyebar item pertanyaan melalui *google form* kepada responden mahasiswa Universitas Brawijaya jurusan manajemen yang pernah menggunakan layanan aplikasi Go-food . Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2012:80). Pada penelitian ini populasi

mengacu pada orang yang pernah melakukan pembelian pemakai go-food di Manajemen FEB UB. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada teknik ini, peneliti menentukan sendiri sampel yang akan diambil karena ada pertimbangan tertentu. Jadi, sampel diambil tidak secara acak tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti dalam usaha mendapatkan responden yang benar-benar tepat untuk menjawab setiap pertanyaan pada kuesioner sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Menurut Supranto (2016) adalah jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5). Sehingga total responden yang dibutuhkan di dalam penelitian ini berjumlah 18 x 5 yaitu 90 responden dibulatkan menjadi 100 responden. Peneliti menetapkan kriteria awal bagi responden yaitu :

- a) Mahasiswa Jurusan Manajemen FEB Universitas Brawijaya
- b) Melakukan pemakaian go-food lebih dari 1 kali.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

##### **Kuesioner**

Dalam penelitian Kuisioner merupakan Salah satu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan

harapan mereka akan memberikan respon terhadap daftar pertanyaan tersebut. Penelitian ini melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner online dengan menggunakan bantuan *google form*.

#### Studi Pustaka

Pada penelitian ini peneliti melakukan studi pustaka pada artikel, jurnal, penelitian-penelitian terdahulu, internet, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

#### Uji Instrumen Data

Dalam penelitian ini telah dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 20.0 dengan menggunakan korelasi product moment menghasilkan nilai masing-masing item pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut

**Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel**

Item	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.798	0.000	0.196	Valid
X1.2	0.763	0.000	0.196	Valid
X1.3	0.857	0.000	0.196	Valid
X1.4	0.771	0.000	0.196	Valid
X2.1	0.822	0.000	0.196	Valid
X2.2	0.812	0.000	0.196	Valid
X2.3	0.850	0.000	0.196	Valid
X2.4	0.806	0.000	0.196	Valid
X3.1	0.814	0.000	0.196	Valid
X3.2	0.844	0.000	0.196	Valid
X3.3	0.738	0.000	0.196	Valid
X3.4	0.756	0.000	0.196	Valid
X4.1	0.835	0.000	0.196	Valid
X4.2	0.762	0.000	0.196	Valid
X4.3	0.838	0.000	0.196	Valid
X4.4	0.836	0.000	0.196	Valid
Y1	0.901	0.000	0.196	Valid
Y2	0.880	0.000	0.196	Valid

Dari Tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r item pertanyaan lebih kecil dari

0.05 ( $\alpha = 0.05$ ) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

**Tabel 4.9**

**Uji Reliabilitas Variabel**

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	<i>Efficiency</i> (X1)	0,809	Reliabel
2	<i>Fulfilment</i> (X2)	0,836	Reliabel
3	<i>Reliability</i> (X3)	0,796	Reliabel
4	<i>Privacy</i> (X4)	0,835	Reliabel
5	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,738	Reliabel

Dari Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya

adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 4.13 : Hasil Regresi**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.152	0.740		0.205	0.838
X1	0.164	0.059	0.274	2.805	0.006
X2	0.112	0.053	0.206	2.105	0.038
X3	0.108	0.050	0.195	2.176	0.032
X4	0.122	0.054	0.221	2.261	0.026

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu *Efficiency*(X<sub>1</sub>), *Fulfilment* (X<sub>2</sub>), *Reliability* (X<sub>3</sub>), *Privacy* (X<sub>4</sub>) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan(Y). Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa

*Efficiency*, *Fulfilment*, *Reliability*, dan *Privacy* positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, apabila bahwa *Efficiency*, *Fulfilment*, *Reliability*, dan *Privacy* meningkat maka akan diikuti peningkatan Kepuasan Pelanggan.

### Koefisien Determinasi(R<sup>2</sup>)

**Tabel 4.14. Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square
0.747	0.559	0.540

Dari analisis pada Tabel 4.15 diperoleh hasil *adjusted R<sup>2</sup>* (koefisien determinasi) sebesar 0,540. Artinya bahwa 54% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu *Efficiency*(X<sub>1</sub>), *Fulfilment* (X<sub>2</sub>), *Reliability* (X<sub>3</sub>), dan *Privacy* (X<sub>4</sub>). Sedangkan sisanya 46% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

#### Hipotesis Partial (t test / Parsial)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat

**Tabel 4.16 Pengujian Parsial**

Hubungan Variabel	T	Sig.
(Constant)	0.205	0.838
X1 → Y	2.805	0.006
X2 → Y	2.105	0.038
X3 → Y	2.176	0.032
X4 → Y	2.261	0.026

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel *Efficiency*, *Fulfilment*, *Reliability*, dan *Privacy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan dan parsial

### Pembahasan

#### Pengaruh *Efficiency*(X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai t hitung



sebesar 2,805 dengan sig. t sebesar 0,006 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga variabel *Efficiency* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian berdasarkan hasil tabel distribusi frekuensi Efisiensi tabel 4.3 memiliki penilaian yang baik dengan nilai rata-rata 4,14. Pada variabel efisiensi dapat dikatakan baik karena dapat digunakan secara cepat dan mudah. Sehingga dapat disimpulkan *Efficiency* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### **Pengaruh *Fulfilment* (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,105 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga variabel *Fulfilment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian berdasarkan hasil tabel

distribusi *Fulfilment* 4.4 secara keseluruhan penilaian responden memiliki penilaian sebesar 3,91. Pada variabel *fulfillment* dapat dikatakan baik karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan *Fulfilment* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### **Pengaruh *Reliability*(X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,176 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga variabel *reliability* t memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kemudian berdasarkan tabel distribusi *reliability* 4.5 dapat diketahui penilaian responden tentang variabel *reliability*,

memiliki nilai rata-rata sebesar 3,91. Pada variabel tersebut layanan dapat dikatakan baik karena mengantar makanan pesanan tepat waktu dan sesuai yang diinginkan. Sehingga dapat disimpulkan *fulfilment* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### **Pengaruh *Privacy*(X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,261 dengan t tabel sebesar 1,985 sehingga variabel *Privacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian berdasarkan tabel distribusi *privacy* 4.6 secara keseluruhan penilaian responden tentang variabel *privacy* memiliki nilai rata-rata 4,08 dan dapat dikatakan baik. Pada variabel tersebut dapat dikatakan baik

karena layanan go-food menjaga informasi pribadi konsumen atau pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan *fulfilment* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- 1) Setiap variabel E-servqual (*Eficiency, Fulfilment, Reliability, dan Privacy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan layanan *Go-food* pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya di kota Malang.
- 2) Jika setiap variabel E-servqual (*Eficiency, Fulfilment, Reliability, dan Privacy*) meningkat

maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan layanan *Go-food* pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Untuk Perusahaan PT.Go-jek Indonesia  
Diharapkan pihak pengelola perusahaan PT. Go-jek Indonesia dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari kualitas layanan elektronik terhadap konsumen karena kualitas layanan elektronik merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya  
Dalam penelitian ini variabel bebas (*Efficiency, Fulfilment, Reliability, dan Privacy*) merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J.F., B Roger., dan P Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Budiyanto. Binarupa Aksara. Jakarta
- Mowen, John C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Ketiga belas, Jilid I,

Terjemahan oleh Bob Sabran  
Molan, MM, Erlangga, Jakarta.

Olivia, Syaifudin Fahmi, 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Syaifuddin Fahmi* Vol. 4, Nomor 2, Feb 2017

Sugiyono, 2012, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABTA, cv

Supranto. 2016. *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed). McGraw-Hill