

Peran Kepuasan Dalam Membentuk Perilaku Petani Kopi Pada Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi

Wibowo¹, Siti Fatonah²

^{1,2}.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta

e-mail: wibowo878@gmail.com¹, siti.fatonah@stie-aub.ac.id²

Abstrak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menguji peran kepuasan dalam membentuk perilaku petani kopi pada Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji linieritas, analisis regresi, analisis jalur (Path Analysis), Uji t, Uji F, Uji koefisien determinasi dan analisis korelasi. Hasil Pengujian adalah kepercayaan dan Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku petani kopi. Inovasi layanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi. Hasil uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kepercayaan, inovasi layanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap perilaku petani kopi. Hasil perhitungan nilai R^2 total sebesar 0,945 dapat diartikan variasi perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi dijelaskan oleh variabel kepercayaan, inovasi layanan dan kepuasan sebesar 94,5%. Pengaruh langsung kepercayaan terhadap perilaku petani kopi menghasilkan nilai lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga lebih efektif melalui jalur tidak langsung. Pengaruh langsung inovasi layanan terhadap perilaku petani kopi menghasilkan nilai lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Sehingga lebih efektif melalui jalur langsung.

Kata kunci: Kepercayaan Dan Inovasi Layanan, Kepuasan, Perilaku Petani Kopi

Abstract. This research is a quantitative study that aims to determine, test the role of satisfaction in shaping the behavior of coffee farmers at the Agriculture Office of Ngawi Regency. The analysis technique used is to use the validity test and reliability test, linearity test, regression analysis, path analysis (Path Analysis), t test, F test, test the coefficient of determination and correlation analysis. The test results show that trust and service innovation have a positive and significant effect on satisfaction. Trust has a positive and insignificant effect on the behavior of coffee farmers. Service innovation and satisfaction have a positive and significant effect on coffee farmer behavior. The results of the F test can be concluded together that the variables of trust, service innovation and satisfaction have a significant effect on the behavior of coffee farmers. The result of the calculation of the total R^2 value of 0.945 means that the variation in the behavior of coffee farmers at the Agriculture Office of Ngawi Regency is explained by the variables of trust, service innovation and satisfaction of 94.5%. The direct effect of trust on the behavior of coffee farmers produces less value than the indirect effect. So that it is more effective through indirect channels. The direct effect of service innovation on coffee farmer behavior generates greater value than the indirect effect. So that it is more effective through the direct route.

Keywords: Trust and Service Innovation, Satisfaction, Behavior of Coffee Farmers

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang terkenal memiliki kekayaan sumber daya alam. membuktikan secara langsung beragam pesona keindahan alam dan budaya petani kopi Indonesia. Pertanian adalah salah satu program yang dapat menjadi peluang bisnis untuk memajukan perekonomian Indonesia. Kepercayaan menurut Barnes adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Chulaifi & Setyowati, 2018). Kepercayaan ini melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Era teknologi informasi dan kemajuan internet telah menjadikan kehidupan di era modern ini tidak lepas dari koneksi internet melalui media gadget. Hal tersebut menimbulkan, bahwa petani kopi saat ini dalam memenuhi kebutuhannya akan inovasi layanan administrasi yang lebih mudah, cepat dan praktis. Inilah yang menjadi urgensi bagi lembaga maupun instansi untuk beradaptasi dalam perubahan perilaku dari petani kopi tersebut dalam mendapatkan sebuah pelayanan. Perubahan keinginan dan perilaku petani kopi tersebut harus diimbangi

dengan kemampuan lembaga maupun instansi untuk menghadapi perubahan yang terjadi di petani kopi. Internet saat ini telah menjadi kebutuhan dan menjadi media bagi petani kopi untuk mendapatkan informasi apapun, serta dapat pula dimanfaatkan untuk upaya dalam pemenuhan kebutuhan akan pelayanan administrasi.

Adapun salah satu bentuk pelayanan yang telah dilakukan adanya layanan untuk petani kopi berbasis website dan hal tersebut dikenal dengan istilah *e-government*. Namun hal tersebut belum menjawab akan semua kebutuhan petani kopi akan layanan tersebut. Dimana saat ini petani kopi cenderung menggunakan maupun memanfaatkan internet melalui smartphone. Inilah yang harus dicari solusi yang tepat berkaitan dengan permasalahan yang muncul di era disrupsi. Era dimana segala kemungkinan sulit untuk diprediksi dan diperlukan inovasi untuk menghadapi akan tuntutan zaman yang semakin modern.

Inovasi layanan diperlukan karena beragam permasalahan muncul dalam sebuah pelayanan publik. Salah satunya permasalahan mengenai masalah organisasional terkait dengan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (Mayangsari, dkk.,2014). Ini menjadikan sumber daya harus segera dibenahi dan

disesuaikan dengan kebutuhan bagi lembaga itu sendiri.

Terselenggaranya pelayanan kepada petani kopi merupakan salah satu tugas dan fungsi pemerintah dalam rangka mewujudkan kesejahteraan, sebagai salah satu indikator pelaksanaan tata kelola pemerintahan yang baik. Pergeseran paradigma organisasi pemerintahan di Indonesia saat ini dapat dilihat dari perubahan konsep manajemen pelayanan publik. Dalam era reformasi birokrasi di Indonesia terdapat dua paradigma tipe organisasi yang diterapkan untuk menggantikan tipe organisasi *Old Public Administration* (OPA) pada organisasi pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan publik, yaitu *New Public Management* (NPM) dan *New Public Service* (NPS).

Konsep *New Public Management* (NPM) adalah menjadikan masyarakat sebagai petani kopi sebagaimana dalam perusahaan swasta. *New Public Management* (NPM) mencoba memasukkan standar-standar administrasi bisnis ke dalam tubuh organisasi publik. Manajemen publik masa kini yaitu *new public service* (NPS) mengagas suatu pelayanan publik yang tetap mengedepankan posisi petani kopi sebagai warganegara yang ikut memiliki pelayanan publik itu sendiri, bukan sebagai petani kopi yang secara

pasif menerima pelayanan (Kusdi 2012;53). *New Public Service* (NPS) berupaya melengkapi dan menyeimbangkan pandangan *New Public Management* (NPM) untuk menghindari pelayanan publik yang hanya mengutamakan aspek ekonomis (efisiensi dan efektifitas) dan mengabaikan aspek normatif yaitu nilai-nilai demokrasi, keadilan, partisipasi, akuntabilitas, transparansi.

Kepercayaan petani merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka petani tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila petani mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka petani tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kepercayaan yang diterima lebih rendah dari kepercayaan yang diharapkan, maka petani tersebut akan dikatakan sebagai petani yang tidak puas

sehingga petani tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa (Stefanus, 2018).

Inovasi layanan termasuk dalam konsep inovasi jasa. Menurut Hall et.al., 2016 inovasi layanan dapat dijelaskan bentuk jasa layanan atau proses layanan yang didasarkan pada penerapan teknologi dan metode yang sistematis. Hal ini sejalan dengan pendapat Lien, 2012 kegiatan baru dalam bisnis jasa dianggap sebagai layanan baru atau inovasi layanan. Kegiatan ini dapat dilihat dari teknologi yang digunakan, interaksi dengan pelanggan, pengembangan layanan baru. Pembaharuan teknologi yang dilakukan perusahaan akan mempercepat layanan yang diberikan kepada petani kopi, begitu juga dengan pengembangan layanan yang dilakukan perusahaan akan membuat variasi layanan kepada petani kopi sehingga layanan yang dirasakan akan berbeda dengan layanan yang diberikan perusahaan sebelumnya sehingga petani kopi merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan kembali menggunakan jasa dilain kesempatan. Proses inovasi layanan yang dilakukan oleh perusahaan akan membuat perusahaan untuk lebih fokus dan efisien dalam struktur operasional. Hal ini diperlukan sebuah perubahan di struktur internal sehingga akan membuat produksi meningkat dan proses pelayanan pada

pelanggan akan dilakukan dengan cepat (Riepula, 2019).

Hasil penelitian Pertiwi & Afridola, (2020), Alam & Noor, (2020), Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), Wilis & Nurwulandari, (2020), menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi, sedangkan Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019), Mutmainnah, (2017) menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi.

Adanya perbedaan hasil penelitian yang menganalisis hubungan kepercayaan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi, maka penelitian ini akan mengkaji kembali hubungan kepercayaan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi yang diterapkan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi.

Keluaran yang diharapkan Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi dengan mengedepankan kepercayaan layanan dan inovasi layanan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah penilaian dari petani kopi bahwa mereka menyukai atas jasa yang ditawarkan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi. Jika kembali pada pemahaman akan konsep pemasaran, maka jelas sekali yang menjadi tujuan

setiap aktivitas pemasaran Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi adalah kepuasan pelanggan. Sehingga apabila petani kopi merasa puas pelayanan yang diberikan oleh Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi kepada petani kopi mendapat pengakuan atas kinerja (kepercayaan layanan) dan hal-hal pendukung lain (Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019).

Pemberian layanan kepada petani kopi yang dilakukan oleh pegawai secara tulus dan bersifat sangat pribadi akan menimbulkan keyakinan bahwa hanya orang-orang tertentu saja yang mengetahui seseorang memiliki keperluan pribadi, sehingga akan menimbulkan perasaan nyaman pada petani kopi yang dilayani. Perasaan nyaman ini akan menimbulkan rasa puas. petani kopi yang puas akan menceritakan kepuasan dalam pelayanan.

Faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi adalah inovasi layanan. Inovasi layanan merupakan pandangan atau *image* yang ada dibenak petani kopi Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi terhadap pelayanan yang telah

diberikan. Apabila inovasi layanan Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sudah baik, maka tingkat kepuasan dan Perilaku Petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi akan meningkat.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian Pertiwi & Afridola, (2020), Alam & Noor, (2020), Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), menunjukkan inovasi layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), menunjukkan inovasi layanan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku petani kopi. Sedangkan penelitian Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019), Mutmainnah, (2017) menunjukkan inovasi layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi.

Adanya perbedaan hasil penelitian yang menganalisis hubungan inovasi layanan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi, maka penelitian ini akan mengkaji kembali hubungan inovasi layanan terhadap kepuasan dan perilaku petani kopi yang diterapkan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi.

2. METODE

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Populasi dalam

penelitian ini adalah petani kopi yang menjadi binaan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sejumlah 340 petani kopi. Dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 20% dari populasi yaitu sebesar 85

$$Y_1 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_1$$

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e_2$$

Keterangan:

- Y₁ = Kepuasan
- Y₂ = Perilaku Petani kopi
- X₁ = Kepercayaan
- X₂ = Inovasi layanan
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi
- e₁, e₂, e₃ = error

petani kopi. Adapun teknik analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jalur (*path analysis*).

Persamaan Regresi :

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,059	1,202		1,714	,090
	Kepercayaan	,624	,077	,634	8,094	,000
	Inovasi Layanan	,281	,075	,292	3,731	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Petani

Hasil persamaan satu menjelaskan kepercayaan dan inovasi layanan berpengaruh positif terhadap

kepuasan petani di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi

Tabel 2. Hasil Regresi Persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8,056	1,682		-4,790	,000
	Kepercayaan	,032	,142	,022	,225	,823
	Inovasi Layanan	,368	,112	,265	3,292	,001
	Kepuasan Petani	,939	,152	,648	6,180	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Petani

Hasil persamaan dua terhadap perilaku petani di menjelaskan kepercayaan, Dinas Pertanian Kabupaten inovasi layanan dan kepuasan petani berpengaruh positif Ngawi

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	666,582	3	222,194	94,722	,000 ^a
	Residual	190,006	81	2,346		
	Total	856,588	84			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Petani, Inovasi Layanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Perilaku Petani

Hasil uji F menjelaskan relevan atau signifikan kepercayaan, inovasi layanan terhadap perilaku petani di dan kepuasan petani secara Dinas Pertanian Kabupaten simultan berpengaruh secara Ngawi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 ^a	,751	,745	1,114

a. Predictors: (Constant), Inovasi Layanan, Kepercayaan

Hasil uji koefisien determinasi menjelaskan kepercayaan, terhadap perilaku petani di inovasi layanan dan kepuasan petani berpengaruh secara Dinas Pertanian Kabupaten relevan atau signifikan Ngawi sebesar 75,1%.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Kepuasan Petani	Inovasi Layanan	Kepercayaan	Perilaku Petani
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	,711**	,842**	,756**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	85	85	85	85
Inovasi Layanan	Pearson Correlation	,711**	1	,743**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	85	85	85	85
Kepuasan Petani	Pearson Correlation	,842**	,743**	1	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	85	85	85	85
Perilaku Petani	Pearson Correlation	,756**	,762**	,863**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

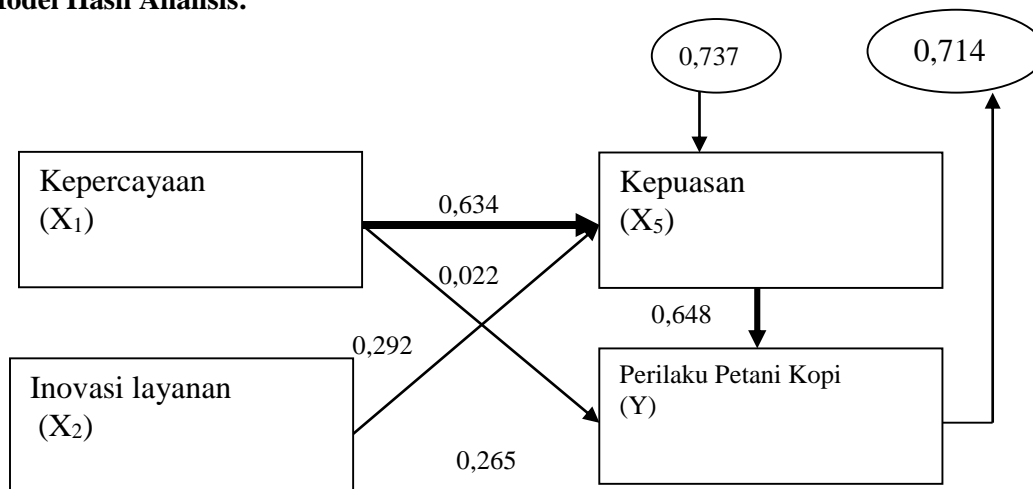
Tabel 7. Hasil Linieritas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,022 ^a	,000	-,037	1,53120204

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Petani, Inovasi Layanan, Kepercayaan

Model Hasil Analisis:



Tabel 8. Hasil Perhitungan Analisis Jalur

Dari Variabel	Koefisien Jalur		Total Pengaruh
	DE (Direct Effect)	IE (Indirect Effect)	
X ₁ ke Y	P ₃ =0,022		
X ₂ ke Y	P ₄ =0,265		
X ₁ melalui X ₃ Ke Y		P ₁ x P ₅ = 0,634x 0,648 = 0,411	P ₃ + (P ₁ xP ₅) =0,022+0,411 = 0,433
X ₂ melalui X ₃ Ke Y		P ₂ x P ₅ =0,292x0,648 =0,189	P ₄ + (P ₂ xP ₅) =0,265+0,189 =0,454

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku petani kopi

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan perilaku petani kopi di Dinas

Pertanian Kabupaten Ngawi, untuk variabel kepercayaan adalah efektif, karena pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sebaiknya menggunakan variabel intervening.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019), Mutmainnah, (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. dan Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi & Afridola, (2020), Alam & Noor, (2020), Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi.

Hal ini dapat dilakukan dalam peningkatan kepuasan antara lain dengan melihat nilai indikator tertinggi dari uji validitas, langkah-langkahnya adalah dengan cara:

a. Petani merasa puas dengan kondisi fisik peralatan di

Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi.

b. Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan pelayanan yang memuaskan.

c. Petani berharap Pelayanan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi baik dengan peralatan yang bagus.

2. Pengaruh Inovasi layanan Terhadap Perilaku petani kopi

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan perilaku petani kopi, untuk variabel inovasi layanan adalah tidak efektif, karena pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sebaiknya menggunakan variabel inovasi layanan secara langsung.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lolo, (2020), Larasati & Suryoko, (2020), Wilis & Nurwulandari, (2020), Azhari, (2020), Almassawa, (2018), Rahayu & Wati, (2018), Rashid & Rokade, (2019) yang menyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi.

Hal ini dapat dilakukan dengan peningkatan inovasi layanan antara lain dengan melihat nilai indikator tertinggi dari uji validitas, langkah-langkahnya dengan cara:

- a. Pendaftaran pelayanan dapat dilakukan dengan via *online*.
- b. Pendaftaran pelayanan dilakukan dengan komputer.
- c. Menerima pelayanan saat kebutuhan mendesak

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

- 1 Kepercayaan dan Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
- 2 Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku petani kopi. Inovasi layanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku petani kopi.
- 3 Hasil uji F diketahui besarnya nilai $F = 97,722$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kepercayaan, inovasi layanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap perilaku petani kopi.
- 4 Hasil perhitungan nilai R^2 total sebesar 0,945 dapat diartikan variasi perilaku petani kopi di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi dijelaskan oleh variabel kepercayaan, inovasi layanan

dan kepuasan sebesar 94,5% dan sisanya 5,5% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh kecepatan pelayanan dan kenyamanan lingkungan.

b. Saran

1. Kepuasan merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan perilaku petani kopi, untuk itu pihak Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi sebaiknya lebih memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan variabel kepuasan. Misalnya dengan cara:
 - a. Petani merasa puas dengan kondisi fisik peralatan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi.
 - b. Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi memberikan pelayanan yang memuaskan.
 - c. Petani berharap Pelayanan di Dinas Pertanian Kabupaten Ngawi baik dengan peralatan yang bagus.
2. Sebaiknya inovasi layanan lebih ditingkatkan lagi agar hasilnya lebih baik lagi, upaya yang dapat dilakukan antara lain:
 - a. Pendaftaran pelayanan dapat dilakukan dengan via *online*.
 - b. Pendaftaran pelayanan dilakukan dengan komputer.
 - c. Menerima pelayanan saat kebutuhan mendesak

DAFTAR PUSTAKA

- Alam & Noor, 2020. The Relationship Between Service Quality, Corporate Image, and Customer Loyalty of Generation Y: An Application of S-O-R Paradigm in the Context of Superstores in Bangladesh. *SAGE Open April-June 2020: 1 –19* © The Author(s) 2020 DOI: 10.1177/2158244020924405
- Almassawa, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No.3, Juli 2018*
- Arikunto, Suharsini, 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi ketiga*.
- Azhari, 2020. The Effect of Quality of Service, Image, and Business Ethics on Satisfaction and
- Fornell, Claes; Johnson, Michael D ; Anderson, Eugene W ; Cha, Jaesun; Bryant, Barbara Everitt (2016), “*The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose, and Findings*”. *Journal of Marketing*, 60 (10). (7 – 18).
- Ghozali, Imam, 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*
- Gujarati, Damodar. 2015. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden,(2014). “*A Model of Reputation Building and Destruction*” *Journal of Business Research*. Vol.31, June 1994, No. 1 ; p.23-31.
- Kotler, Philip.(2013), *Marketing Management*, 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Larasati & Suryoko, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV| 530*
- Lolo, 2020. Study The Effects Of Corporate Image, Service Quality And Price Perceptions On Customer Satisfaction And Purchase Loyalty (A Survey On Pertamina In South Sulawesi Province). *EJBMR, European Journal of Business and Management Research Vol. 5, No. 2, March 2020*
- Loyalty of Patients in Hospitals in Makassar City. *International Journal of Management Progress Volume 1 Number 2 February 2020 P-ISSN: 2686-6323, E-ISSN: 2686-634X*
- Mutmainnah, 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 10 No. 2 September 2017: 201-216 Doi: <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.2344> 2019 ISSN 2442 - 9732 (Online) ISSN 0216 - 3780 (Print)*

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2017). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49 (fall).
- Pertiwi & Afridola, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Parabola Matrix Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core IT* e-ISSN: 2548-3528 p-ISSN: 2339-1766
- Prichard, Mark P., 2015, "Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts", *Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (3), p.333-348
- Rahayu & Wati, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen Vol. 8 Nomor 2 (2018)* p-ISSN (2088-219X) e-ISSN (XXXX-XXXX)
- Rashid & Rokade, 2019. Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty: A Study in Organized Food and Grocery Retail. *UKH Journal of Social Sciences | Volume 3 • Number 1 • 2019*
- Solomon, Michael (2016), *Consumer Behavior*, 3rd edition, McGraw Hill.
- Tjiptono, Fandi, 2012, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wilis & Nurwulandari, 2020. The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 4 No. 3, 2020*
- Zeithaml, Valerie; Berry, Leonard L.; and Parasuraman, A. (2018), "Sevqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol 64 No.1 Spring