
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Grab Di Denpasar (Studi Pada Pelayanan Grab di Kota Denpasar)

I Nengah Subali ⁽¹⁾

I Wayan Suartina ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

Email : nengahsubali@gmail.com

Diterima: 2 April 2021	Direvisi: 4 April 2021	Disetujui: 5 April 2021
------------------------	------------------------	-------------------------

ABSTRACT

Loyalty is very necessary for a company to increase competitiveness and can be an asset in maintaining company stability. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on loyalty mediated by Grab customer satisfaction in Denpasar. Collecting data using observation methods, literature study, interview methods and questionnaires. The number of samples was determined by convenience sampling and 125 and hypothesis testing was carried out by means of path analysis and sobell test. The results of the analysis show that (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, (3) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, and (4) service quality has a significant effect. positive and significant towards customer loyalty through customer satisfaction. Based on the research results, it is suggested to improve service quality and customer satisfaction so that it will increase Grab customer loyalty in Denpasar City.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, customer loyalty.*

ABSTRAK

Loyalitas sangat diperlukan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan dapat menjadi aset dalam menjaga stabilitas perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Grab Di Denpasar. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, studi pustaka, metode wawancara dan kuesioner. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan *convinience sampling* dan ditetapkan sebanyak 125 orang dan uji hipotesis dilakukan dengan analisis jalur dan uji sobel. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) kepuasan pelanggan berpegaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan (4) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan Grab di Kota Denpasar.

Kata kunci: *Kualitas layanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini membawa berbagai dampak pada segala sisi kehidupan. Berbagai kemudahan ditawarkan dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat. Teknologi saat ini sangat berperan dalam segala sendi kehidupan yang dapat berupa mempercepat atau mempermudah banyak hal dalam kehidupan (Indriani & Nurcaya, 2015). Perkembangan ini tentunya harus mampu diikuti oleh setiap perusahaan yang ingin tetap bertahan di tengah persaingan. Menguasai teknologi dapat menjadikan perusahaan memiliki daya saing yang lebih baik daripada perusahaan lainnya. Sehingga dengan memanfaatkan teknologi yang ada, perusahaan dapat selalu menjamin pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga tetap loyal pada produk perusahaan (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Loyalitas pelanggan sangat berperan penting sebagai sumber pemasukan utama bagi perusahaan. Dengan memiliki pelanggan yang loyal, perusahaan akan memiliki jalur distribusi yang tetap untuk produknya. Pelanggan ini juga dapat membawa pelanggan-pelanggan baru dengan kebutuhan sejenis untuk menggunakan produk perusahaan (Primantara & Jatra, 2017). Maka dari itu, untuk membentuk pelanggan yang loyal diperlukan kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk, sehingga tidak akan beralih ke perusahaan sejenis lainnya (Adnyana & Suprapti, 2018). Kepuasan sebagai bentuk penilaian pelanggan akan produk yang telah dikonsumsi. Penilaian ini akan dijadikan sebagai dasar keputusan pelanggan untuk menggunakan kembali produk tersebut atau beralih kepada perusahaan lain (Basith et al., 2014). Pelanggan yang puas akan cenderung memiliki kesan yang baik pada perusahaan dan dapat membantu perusahaan untuk merekomendasikan kepada pelanggan lain untuk menggunakan produk perusahaan. Pelanggan dapat menilai dari pelayanan yang diberikan perusahaan untuk memutuskan merasa puas atau tidak puas (Primantara & Jatra, 2017).

Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu menciptakan pengalaman yang baik pada pelanggan sehingga dapat menjadikan pelanggan merasa puas dan memiliki kecenderungan akan loyal pada perusahaan. Memberikan pelayanan sebagai kesan pertama dalam benak pelanggan, memberikan nilai tambah dalam memuaskan pelanggan. Selain itu, memberikan pelayanan yang baik memastikan pelanggan untuk menggunakan hal tersebut sebagai acuan penentuan kedepannya untuk menggunakan suatu produk (Wahyuni & Ekawati, 2018).

Grab merupakan salah satu perusahaan teknologi yang bergerak di bidang transportasi dan telah tersebar di seluruh Indonesia. Berdasarkan data, Grab masih belum mampu menempati posisi pertama dalam jajaran penyedia transportasi. Selain itu, meskipun cakupan operasi dan pengunduhan aplikasinya lebih banyak, Grab belum mampu untuk menjadi penyedia transportasi online nomor satu di Indonesia. Hal ini menjadikan Grab masih belum mampu mengimbangi posisi pertama dalam bidang transportasi online.

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam menjaga stabilitas perusahaan untuk tetap beroperasi mengharuskan dunia usaha untuk mencari strategi terbaik untuk mencapainya (Putra & Yasa, 2015). Dengan loyalitas yang baik, perusahaan memiliki kecenderungan bertahan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki pelanggan yang loyal. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Denpasar. Tjiptono dalam Panjaitan & Yulianti, (2016) berpendapat bahwa “kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”. Terdapat lima dimensi dari kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati (Adnyana & Suprati, 2018).

Primantara & Jatra, (2017) berpendapat bahwa “kepuasan didefinisikan sebagai rasa senang ataupun kecewa, yang muncul akibat membandingkan antara apa yang diharapkan dengan persepsi/kesan terhadap kinerja/hasil suatu produk”. Kotler dan Armstrong dalam Aditya & Kusumadewi, (2017) menyatakan bahwa kepuasan dapat tercipta melalui kualitas, pelayanan, dan nilai. Menurut Kotler et al. dalam Adnyana & Suprati, (2018) menyatakan bahwa “loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk membeli dari suatu perusahaan dalam waktu yang panjang dan merekomendasikan produk kepada teman, termasuk preferensi keinginan dan niat membeli dimasa yang akan datang. Loyalitas”. Loyalitas pelanggan dapat merupakan salah satu penopang utama bagi perusahaan untuk terus berkembang.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. (Aryani & Rosinta, 2010) serta (Adnyana & Suprati, 2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. (Panjaitan & Yulianti, 2016) serta (Wahyuni & Ekawati, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. (Putra & Yasa, 2015) serta (Basith et al., 2014) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. (Aditya & Kusumadewi, 2017) serta (Primantara & Jatra, 2017) menyatakan

bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas. Berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut;

H₁ : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Grab.

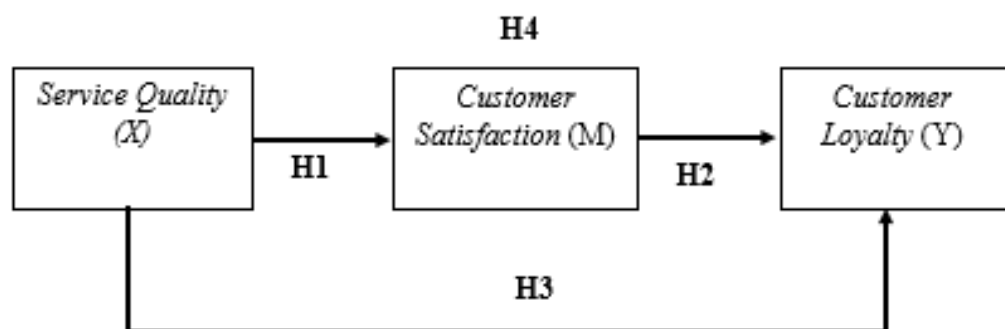
H₂ : Diduga kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Grab.

H₃ : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab.

H₄ : Diduga kepuasan berperan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Grab.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif yang dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas layanan) terhadap variabel terikat (loyalitas) melalui variabel mediasi (kepuasan pelanggan). Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Grab di Kota Denpasar dan sampel yang digunakan sebanyak 125 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *purposive sampling* karena sampel ditentukan dengan kriteria tertentu. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara. Pengukuran persepsi responden terhadap variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert yang terdiri atas lima pilihan jawaban. Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan analisis jalur dan uji sobel.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan Tabel 1, Instrumen penelitian variabel kualitas layanan (X), kepuasan pelanggan (M), dan loyalitas (Y)

adalah valid di mana koefisien korelasi (r) $> 0,3$ dan reliable dengan nilai cronbach's alpha (α) $> 0,6$.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan	Chronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,657		0,920	Reliabel
	2	0,575			
	3	0,746			
	4	0,746			
	5	0,764			
	6	0,691			
	7	0,697			
	8	0,619	Valid		
	9	0,833			
	10	0,858			
	11	0,815			
	12	0,877			
	13	0,738			
	14	0,739			
	15	0,764			
Kepuasan Pelanggan (M)	1	0,936		0,924	Reliabel
	2	0,917			
	3	0,921	Valid		
	4	0,854			
	5	0,784			
Loyalitas (Y)	1	0,945		0,936	Reliabel
	2	0,939			
	3	0,803	Valid		
	4	0,890			
	5	0,890			

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa, menurut usia responden tertinggi adalah usia 21 – 30 Tahun (48%) dan terendah usia < 20 Tahun (24,8%). Menurut jenis kelamin, responden didominasi laki-laki sebanyak 75 orang (60%) dan perempuan sebanyak 50 orang (40%). Menurut pendidikan, responden terbanyak berpendidikan SMA/K 67 orang (53,6%) dan terendah lulusan pascasarjana yaitu sebanyak 8 orang (6,4%).

Tabel 2 Karakteristik Responden

No	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	< 20 Tahun	31	24,8
2	21 - 30 Tahun	60	48
3	> 30 Tahun	34	27,2
Jumlah		125	100
No	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Laki – Laki	75	60
2	Perempuan	50	40
Jumlah		125	100

No	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	SMA/K	67	53,6
2	Diploma	20	16
3	Sarjana (S1)	30	24
4	Pascasarjana	8	6,4
Jumlah		125	100

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Tabel 3 menunjukkan persepsi responden mengenai kualitas layanan Grab di Kota Denpasar dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,04 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa pelanggan setuju dengan layanan yang diterimanya. Tabel 4 menunjukkan persepsi responden mengenai kepuasan pelanggan Grab di Kota Denpasar dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,97 berada pada kategori baik yang menunjukkan bahwa telah mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Tabel 5 menunjukkan persepsi responden mengenai loyalitas Grab di Kota Denpasar dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,97 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa telah loyal pada Grab.

Tabel 3 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Kondisi fisik sepeda motor Grab dalam kondisi baik.	0	1	24	46	54	4,22	Sangat Setuju
2	Kondisi Driver Grab dalam keadaan sehat.	0	0	23	56	46	4,18	Setuju
3	Driver Grab selalu menyediakan helm dan masker.	0	7	16	56	46	4,13	Setuju
4	Driver Grab selalu memberikan layanan tepat waktu.	0	10	34	48	33	3,83	Setuju
5	Ada pemberitahuan dengan jelas, apabila terjadi keterlambatan dalam pelayanan.	0	17	23	50	35	3,82	Sangat Setuju
6	Driver Grab selalu mengemudikan motor dengan mentaati peraturan lalu lintas.	0	0	17	61	47	4,24	Sangat Setuju
7	Driver Grab segera datang setelah menerima pesanan melalui aplikasi Grab.	0	0	14	69	42	4,22	Sangat Setuju
8	Driver Grab cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.	0	1	17	68	39	4,16	Setuju
9	Driver Grab selalu mengonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menghubungi konsumen, untuk memastikan pemesanan dan tempat.	0	1	32	58	34	4,00	Setuju
10	Driver Grab menyediakan helm SNI standar.	0	1	30	63	31	3,99	Setuju
11	Driver Grab mempunyai pengetahuan mengenai informasi jalan/alamat yang akan dituju.	0	1	33	63	28	3,94	Setuju
12	Grab menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi Grab.	0	1	26	69	29	4,01	Setuju
13	Driver Grab sopan dan ramah dalam melakukan pelayanan.	0	1	30	62	32	4,00	Setuju
14	Driver Grab memberitahukan tentang penggunaan helm yang benar kepada konsumen.	0	3	28	65	29	3,96	Setuju
15	Driver Grab membantu pelanggan dalam mengangkat barang.	0	17	23	50	35	3,82	Setuju
Rata-rata keseluruhan variabel Kualitas Pelayanan							4,04	Setuju

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Tabel 4 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Rata- Rata	Kriteria
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Pelayanan Driver Grab sesuai harapan.	0	2	22	63	38	4,10	Setuju
2	Konsumen Merasa nyaman dalam perjalanan.	0	2	20	68	35	4,09	Setuju
3	Konsumen tidak merasakan adanya hambatan di perjalanan.	0	3	16	70	36	4,11	Setuju
4	Driver Grab mengantarkan ketujuan dengan tepat waktu.	0	3	45	50	27	3,81	Setuju
5	Puas dengan fasilitas yang diberikan Driver Grab.	0	6	35	68	16	3,75	Setuju
Rata-rata keseluruhan variabel Kepuasan Pelanggan							3,97	Setuju

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Tabel 5 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Rata- Rata	Kriteria
		STS	TS	CS	S	SS		
1	Saya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan Driver Grab.	0	0	46	41	38	3,94	Setuju
2	Saya ingin menggunakan kembali jasa Grab.	0	0	45	46	34	3,91	Setuju
3	Saya akan terus menggunakan jasa Grab.	0	1	35	53	36	3,99	Setuju
4	Konsumen akan selalu menyarankan tranfortasi Grab ini pada kerabat dan keluarga.	0	0	42	43	40	3,98	Setuju
5	Konsumen akan membagikan informasi tentang layanan tranfortasi Grab ini pada orang lain.	0	0	42	39	44	4,02	Setuju
Rata-rata keseluruhan variabel Loyalitas							3,97	Setuju

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) dimana analisis ini berguna untuk menguji pola hubungan yang menjelaskan pengaruh satu variabel atau lebih, baik pengaruh secara langsung maupun pengaruh tidak langsung. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Substruktur 1:

$$M = \beta_1 X + e_1$$

Tabel 6 Coefficients Substruktur 1 (Model 1)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig. uji t
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,060	1,383		2,936	0,004
Kualitas Pelayanan	0,261	0,023	0,721	11,549	0,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Substruktur 2:

$$Y = \beta_1 X + \beta_2 M + e_2$$

Dari hasil perhitungan pada data yang diperoleh dari hasil sebagai berikut:

Tabel 7 Coefficients Substruktur 2 (Model 2)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig. uji t
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,525	1,409		0,373	0,710
Kualitas Pelayanan	0,153	0,032	0,386	4,771	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,506	0,089	0,461	5,695	0,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan terhadap substruktur model 1 dan substruktur model 2, diperoleh seberapa besara nilai penagruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total dari variabel penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Dan Pengaruh Total Anatar Variabel Penelitian

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) ($\beta_1 \times \beta_2$)	Pengaruh Total
X → M	0,721	-	0,721
X → Y	0,386	0,332	0,718
M → Y	0,461	-	0,461

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 8, dinyatakan bahwa pengaruh tidak langsung variabel X ke Y melalui M memperbesar pengaruh langsung X ke Y, yang artinya bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi memberikan pengaruh kualitas layanan untuk memperkuat loyalitas. Dengan demikian dapat diartikan bahwa hubungan tidak langsung variabel antara kualitas layanan dan loyalitas melalui kepuasan pelanggan dapat dikatakan memiliki hubungan mediasi sebagian (*partial mediation*), karena semua variabel berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil analisis jalur yang digunakan untuk membahas hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien beta 0,386 dan taraf signifikansi penelitian sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga H_1 diterima, artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Denpasar.
2. Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien beta 0,461 dan taraf signifikansi penelitian sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga H_2 diterima, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Denpasar.
3. Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien beta 0,721 dan taraf signifikansi penelitian sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga H_3 diterima, artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Kota Denpasar.

-
4. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai Z hitung sebesar $3,227 > 1,96$ dengan demikian kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Grab di Kota Denpasar.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa, (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dan (4) kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas secara positif dan signifikan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat disarankan (1) terkait kualitas layanan, memberikan layanan tepat waktu, membantu memasang helm, dan lain-lain, (2) terkait kepuasan pelanggan, memberi rasa nyaman dalam perjalanan, membantu mengangkat barang, dan lain-lain, (3) terkait loyalitas, lebih meningkatkan kualitas pelayanan, dan (4) peneliti selanjutnya, agar menganalisis faktor lain yang dapat membangun loyalitas selain kepuasan pelanggan dan kualitas layanan.

Daftar Pustaka

- Aditya, M. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2017). "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan". *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 5061–5087.
- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 6041–6069.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Basith, A., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2014). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De' Pans Pancake And Waffle Di Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 11(1), 1–8.
- Indriani, A. A. S. I., & Nurcaya, I. N. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Pada Pt . Auto Bagus Rent A Car". *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(5), 1301–1321.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung Januar". *Derema Jurnal Manajemen*, 11(2).

- Primantara, I. M. W., & Jatra, I. M. (2017). "Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Wom Pada Rsu Surya Husadha Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(7), 3794–3819.
- Putra, I. K. M., & Yasa, N. K. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa, Citra, Dan Positive Word Of Mouth Politeknik Negeri Bali". *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(1), 90–102.
- Wahyuni, N. K. S. Y., & Ekawati, N. W. (2018). "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Word Of Mouth". *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 2823–2855.