



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PT. BKI (PERSERO)
MELALUI KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN**

**Doan Oscar Dewandaru
Universitas Ciputra Surabaya**

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

*Dikirim : 18 Oktober 2019
Revisi pertama : 24 Oktober 2019
Diterima : 26 Oktober 2019
Tersedia online : 05 November 2019*

*Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra
Perusahaan, Kepuasan Pelanggan*

Email : doanoscar@yahoo.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan PT. Biro Klasifikasi Indonesia (persero). Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang telah menggunakan jasa PT. BKI lebih dari dua kali. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan PT. BKI, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. BKI dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BKI.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perubahan zaman berakibat pada peningkatan kebutuhan masyarakat akan konsultasi dan survei. Masyarakat membutuhkan lebih banyak peran konsultan dan surveyor dari dunia perindustrian, perdagangan, perbankan, sektor BUMN dan pemerintahan serta sektor maritim. PT. Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) yang lebih dikenal sebagai BKI menjadi badan klasifikasi ke-4 di Asia setelah Jepang, China dan Korea yang bertugas untuk mengklasifikasikan kapal-kapal niaga berbendera Indonesia dan kapal berbendera asing yang secara reguler beroperasi di perairan Indonesia.

Kegiatan klasifikasi BKI merupakan pengklasifikasian kapal berdasarkan konstruksi lambung, mesin dan listrik kapal dengan tujuan memberikan penilaian teknis atas laik tidaknya kapal tersebut untuk berlayar. BKI dibentuk dengan menerapkan standar teknik dalam melakukan kegiatan desain, konstruksi dan survei maritim terkait dengan fasilitas terapung, termasuk kapal dan konstruksi lepas pantai. Standar ini disusun dan dikeluarkan oleh BKI sebagai publikasi teknik. Kapal yang didesain dan dibangun berdasarkan standar BKI akan mendapatkan Sertifikat Klasifikasi dari BKI, dimana penerbitan sertifikat dilakukan setelah BKI menyelesaikan serangkaian survei klasifikasi yang dipersyaratkan.

Sebagai badan klasifikasi yang independen dan mengatur diri sendiri, BKI tidak memiliki kepentingan terhadap aspek komersial terkait dengan desain kapal, pembangunan kapal, kepemilikan kapal, operasional kapal, manajemen kapal, perawatan atau perbaikan kapal, asuransi atau persewaan. BKI juga melakukan penelitian dan pengembangan dalam rangka peningkatan mutu dan standar teknik yang dipublikasikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan jasa klasifikasi kapal.

Pemerintah Republik Indonesia mendirikan Perusahaan Negara (PN) Biro Klasifikasi Indonesia melalui Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1964. Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1977 Pemerintah RI mengalihkan status badan hukum BKI dari PN menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Biro Klasifikasi Indonesia sebagai dasar hukum pendirian perusahaan melalui Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara dan Peraturan Pemerintah Nomor 45 tahun 2005 tentang Pendirian, Pengurusan, Pengawasan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Negara. Akta Pendirian Notaris Imas Fatimah, SH dengan akte Nomor 57 tanggal 19 Oktober 1978, dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor : Y.A.5/345/1978 tanggal 7 November 1978 serta diumumkan dalam Berita Negara Nomor: 58 Tahun 1979.

Dalam menjalankan kegiatan bidang klasifikasi, BKI mengemban amanat Undang undang Nomor 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran Pasal 129 serta Peraturan Menteri Perhubungan PRI Nomor 61 Tahun 2014 tentang Kewajiban Klasifikasi Bagi Kapal berbendera Indonesia Pada Badan Klasifikasi. BKI adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berbentuk Perseroan Terbatas (PT [Persero]) yang bergerak dalam bidang pengklasifikasian kapal yang beroperasi di teritori laut Republik Indonesia. Seluruh saham (100%) PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. Dalam RUPS, Pemerintah selaku pemegang saham negara diwakili oleh Menteri BUMN. BKI tidak memiliki ataupun memiliki saham pada entitas anak, perusahaan asosiasi, atau perusahaan Ventura. BKI belum pernah melakukan

pencatatan saham ataupun efek lainnya di bursa. BKI belum pernah menggunakan jasa pemeringkat efek, lembaga dan atau profesi penunjang pasar modal.

Kegiatan operasional BKI terbagi ke dalam dua jenis layanan, yaitu jasa klasifikasi dan statutoria. Bidang jasa klasifikasi terbagi atas klasifikasi tunggal (*single class*) dan kerjasama dengan badan klasifikasi *partner* (*mutual representatives* dan *dual class*). Masing-masing mencakup pelaksanaan survei, persetujuan gambar, dan penerbitan sertifikat klasifikasi, serta kegiatan yang berkaitan dengan survei dan sertifikasi statutoria. Layanan jasa klasifikasi dan statutoria ini diberikan melalui kantor-kantor cabang klasifikasi di kota-kota pelabuhan utama Indonesia. BKI tidak melakukan proses produksi maupun pengolahan bahan baku. Perkembangan operasional BKI ditentukan oleh kemampuannya meningkatkan jumlah penggunaan dan jenis layanan yang ditawarkan oleh pemakai jasa, melalui intensifikasi dan diversifikasi layanan yang sejalan dengan kompetensi inti perusahaan.

Kinerja Korporasi Perseroan untuk tahun 2017 berhasil memperoleh pendapatan sebesar Rp 737,993 miliar atau 83,71% dari target anggaran tahun 2017. Upaya kehati-hatian dan prinsip efisiensi yang dijalankan manajemen memberikan kontribusi yang positif dalam menjaga kinerja keuangan perusahaan. Hingga akhir tahun buku 2017 manajemen berhasil menjaga agar biaya-biaya dan pengeluaran tidak melampaui anggaran yang ditetapkan, yaitu sebesar Rp 645,199 miliar atau 86,45% dari anggaran tahun 2017. Dari jumlah pendapatan dan pengeluaran yang demikian itu, pada akhir tahun buku 2017 Perseroan berhasil membukukan laba usaha sebesar Rp 92,794 miliar (68,55% dari anggaran tahun 2017) dan laba setelah pajak sebesar Rp 67,613 miliar atau 69,42% dari jumlah yang dianggarkan. Kondisi likuiditas Perseroan secara umum cukup baik, dengan *current ratio* sebesar 336,70% kondisi finansial perseroan cukup aman dengan hutang-hutang jangka pendek dijamin lebih kurang tiga kali oleh aset lancar perusahaan. *Cash ratio* perusahaan mencapai 54,20%, dengan saldo kas dan setara kas mencapai Rp 89,396 miliar yang mengindikasikan kondisi likuiditas perusahaan secara umum baik. Rentabilitas atau kemampuan Perseroan medatangkan keuntungan yang tercermin dari angka *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Asset* (ROA) untuk tahun 2017 masing-masing berada di 14,34% dan 11,64 persen. Jika dibandingkan dengan tingkat suku bunga rata-rata bank yang berlaku sepanjang 2017 sebesar 7,5% per tahun, dapat disimpulkan bahwa kinerja manajemen untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham atau terhadap aset masih perlu ditingkatkan. BKI menerima 22.615 permintaan survei yang didominasi oleh permintaan survey tahunan, survei pendedokan, dan survei khusus. Selain itu untuk kegiatan statutoria, BKI melakukan sebanyak 9.368 permintaan yang didominasi oleh survei dan sertifikasi untuk garis muat, kode ISM (*International Safety Management*), dan kode ISPS (*International Ship and Port Facility*).

Pasar segmen klasifikasi dan statutoria adalah industri pelayaran yang memiliki kapal-kapal berbendera Indonesia atau berbendera asing yang memenuhi kriteria tertentu sehingga wajib diklasikan pada badan klasifikasi baik yang melakukan pelayaran domestik maupun internasional, industri galangan kapal nasional, industri material dan komponen yang terkait dengan pembangunan dan perawatan kapal, kalangan asuransi *marine hull* dan *marine cargo*, lembaga pembiayaan, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan. Data Direktorat Perkapalan dan Kepelautan Direktorat

Jenderal Perhubungan Laut menyebutkan jumlah kapal yang terkena peraturan wajib klas sebanyak 23.000 unit. Dari jumlah itu sebanyak 10.256 unit dengan total tonase kotor 15.999.711 gross ton tercatat dalam register kapal aktif BKI.

Dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perhubungan No. 61 Tahun 2014 mengenai badan klasifikasi yang diakui Pemerintah Republik Indonesia maka memberikan peluang sebesar besarnya kepada badan klasifikasi asing untuk eksis di wilayah Republik Indonesia. Sehingga salah satu strategi yang perlu diterapkan oleh BKI untuk memenangkan pasar di Indonesia khususnya adalah meningkatkan kualitas layanan untuk memberikan kepuasan yang optimal bagi pelanggan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang terhadap sebuah produk jasa dimana pengguna telah merasakan sesuatu, setelah membandingkan dengan produk jasa yang lainnya (Panjaitan, 2012: 142). Kotler (2000), dalam *Marketing Management*, mengemukakan terdapat 5 determinan kualitas layanan yang antara lain *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

Daya tarik yang ditawarkan oleh BKI pada prinsipnya berkaitan dengan kualitas layanan. Dimana kualitas layanan yang dimaksud dijabarkan pada *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang dalam penerapannya berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kelima variabel tersebut digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan jasa (*service quality*), yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, yang pada akhirnya mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Citra suatu perusahaan terbentuk dari kesan, impresi, dan perasaan berdasarkan pengalaman tentang kualitas layanan yang dialami oleh seseorang terhadap perusahaan tersebut (Kotler, 2000: 57).

Terkait dengan kegiatan usaha yang dilakukan oleh BKI merupakan jasa layanan kepada konsumen, yang harus mempertimbangkan kepuasan bagi pelanggan, maka peneliti ingin mengetahui hal apa yang harus dilakukan oleh perusahaan dan hal apa saja yang diharapkan oleh pelanggan sehingga BKI dapat meningkatkan kinerjanya sebaik mungkin.

Berdasar uraian diatas maka penelitian mempunyai tujuan, yaitu untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap citra BKI; untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan BKI; untuk menjelaskan pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan BKI.

Beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan tema penelitian ini telah dilakukan sejumlah peneliti. Antara lain penelitian Joroslav Dadoa *et al.*, (2011) yang berjudul “Uji Empirik Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Niat Perilaku (loyalitas) dalam Manajemen pendidikan Tinggi”. Menggunakan model persamaan struktural (SEM), yang dilakukan melalui LISREL 8, hasil penelitian menunjukkan kepuasan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan berhubungan dengan niat perilaku.

Penelitian Gudlaugsson dan Eystinsson (2012) yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Perguruan Tinggi”. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan langsung yang kuat antara kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang tinggi dianggap penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

Selanjutnya I Nyoman Rinala, *et al.*, (2013) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa di Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali”. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan akademik dapat dijelaskan oleh faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati yang memberikan efek kuat dan jaminan memberikan efek lemah. Kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Penelitian Margaretha (2004) yang berjudul “Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912 (Studi kasus di Jawa Tengah)”. Peneliti membuktikan kualitas kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan citra perusahaan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Howard dan Sheth (1969) dalam Tjiptono (2004) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Swan *et al.* (1980) dalam Tjiptono (2004) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya.

Oliver (1981) dalam Fandy Tjiptono (2004) mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap *surprise* yang inheren atau melekat pada perolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi. Kepuasan pelanggan dapat dirumuskan sebagai hasil pembelian dan dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Oleh karena itu penting sekali organisasi memberi informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang baik. Levit menyatakan dalam Alma (2000: 317), “*the marketing imagination is the starting point of success in marketing*”.

Indikator kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas pelanggan PT. BKI yang timbul ketika pelanggan membandingkan persepsi mereka mengenai *performance* layanan yang diterima dengan yang diharapkan. Taylor dan Baker (1994) menggunakan empat indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan, rasa senang berdasarkan pengalaman, pemenuhan harapan, kepercayaan pelanggan, persepsi kinerja perusahaan.

Kualitas Layanan

Menurut Zeithaml *et al.* (2000), kualitas jasa digambarkan sebagai suatu bentuk sikap, berhubungan dengan kepuasan yang diperoleh dengan membandingkan harapan dengan kinerja. Dimensi kualitas layanan menurut Engel *et al.* (1995) meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, performance* dan *empathy*, sedangkan menurut Zeithaml *et al.* (2000), kualitas layanan terdiri atas *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*.

Hal pokok yang mendasari kualitas layanan adalah dimensi-dimensinya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan, tanpa memandang jenis layanannya. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini teori efektivitas yaitu kepuasan yang diharapkan dari pelanggan PT. BKI. Indikator-indikator itu diuraikan

dalam bentuk pertanyaan sebagai instrumen pengambilan data yaitu kuesioner penelitian. Indikator kualitas layanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas layanan yang diberikan PT. BKI adalah:

1. *Tangibles* (bukti langsung), berhubungan dengan fasilitas fisik dan perlengkapan perusahaan.
2. *Reliability* (kehandalan), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.
5. *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, Komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasar uraian diatas dan penelitian terdahulu maka bisa disusun hipotesis (H_1): Kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan; dan hipotesis (H_2): Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Citra Perusahaan

Pada pelanggan membeli sesuatu bukan hanya membutuhkan barang atau jasa, tetapi ada hal lain yang diharapkannya. Hal lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Kotler menyatakan citra (*image*) ialah kepercayaan ide dan impressi seseorang terhadap sesuatu (Kotler, 2000: 57).

Crompton menyatakan citra merupakan kesan, impressi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau lembaga. (Crompton, 1986: 213 dalam Alma, 2004: 317). Citra tidak dapat dicetak seperti barang pada publik, akan tetapi citra ialah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya, yang mempunyai landasan pada segi layanan. Citra terbentuk berdasar impressi, pengetahuan yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu, sehingga akhirnya membangun sikap mental. Sikap mental inilah nantinya digunakan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Citra dianggap mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu (Alma, 2004: 317).

Indikator citra perusahaan (*corporate image*) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah citra PT. BKI yang terbentuk berdasarkan impressi dan pengetahuan yang dialami oleh pelanggan terhadap PT. BKI. Menurut Liou & Chuang (2009), terdapat 4 bagian dari citra perusahaan:

1. *Moralities* (Moralitas), meliputi *charity activities* (kegiatan sosial), perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial bagi masyarakat di sekitarnya; dan *eco-friendly activities* (aktivitas ramah lingkungan), perusahaan mampu melakukan proses produksi dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan.
2. *Management* (Manajemen), meliputi *employee skills* (keahlian staf), kemampuan pekerja diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen; dan *teamwork* (kerjasama), kerjasama antara pekerja di perusahaan.

3. *Performance* (Performa), meliputi *reasonability of price* (kesesuaian harga), kesesuaian harga yang dibayarkan konsumen dengan kualitas produk; *promotional activities* (kegiatan promosi) mampu menarik perhatian konsumen; *advertisement* (iklan) dapat menarik konsumen sehingga mendongkrak pendapatan bagi perusahaan; *selling channel*, perusahaan menyediakan kemudahan untuk melakukan transaksi.
4. *Service* (Pelayanan), meliputi *speed of service* (kecepatan pelayanan), pelayanan yang cepat yang diberikan pada konsumen; *handling complaint* (menangani komplain), bagaimana staf mengatasi komplain dari konsumen; *focussing on customer's need* (fokus terhadap kebutuhan pelanggan), perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasar uraian diatas dan penelitian terdahulu maka bisa disusun hipotesis (H_3): Citra Perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan analisis kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial. Statistik inferensial menuntut persyaratan yang ketat dalam masalah *sampling*, sebab dari persyaratan yang ketat itulah bisa diperoleh sampel yang representatif; sampel yang memiliki ciri-ciri sebagaimana dimiliki populasinya. Dengan sampel yang representatif maka hasil analisis inferensial dapat digeneralisasikan ke dalam wilayah populasi.

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek dimana yang Kualitas Layanan (X_1), Citra Perusahaan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa PT. BKI lebih dari dua kali. Untuk pengisian kuisioner adalah pemilik kapal atau setidaknya manajer teknik pada perusahaan pelayaran. Jumlah populasinya tidak diketahui.

Menurut Hapsari (2015) sampel adalah sebagian atau wakil populasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan data yang akan diteliti metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang telah menggunakan jasa PT. BKI minimal selama 1 (satu) tahun dan memiliki jumlah kapal minimal 3 (tiga) armada. Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair *et al.*, (2010) adalah tergantung pada jumlah indikator penelitian dikalikan dengan 5 sampai 10. Besar sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. BKI dengan besar sampel adalah 115 pengguna jasa PT. BKI.

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih

variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali dalam Sutrisno, 2010). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena itu variabel independen diatas mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Dalam penelitian ini dilakukan 2 model untuk mencari pengaruh antara variabel independen terhadap dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$X_2 = \beta_{21}X_1 + e_1 \quad (\text{Model 1})$$

$$Y = \beta_{y1} X_1 + \beta_{y2} X_2 + e_2 \quad (\text{Model 2})$$

Dimana,

X_1 = variabel kualitas layanan (*Variable Eksogen*)

X_2 = variabel citra perusahaan (*Variable Eksogen*) / (*Variable Endogen*)

Y = variabel kepuasan pelanggan (*Variable Eksogen*)

β_{21} = koefisien regresi antara kualitas layanan dan citra perusahaan

β_{y1} = koefisien regresi antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan

β_{y2} = koefisien regresi antara citra perusahaan dan kepuasan pelanggan

e_1, e_2 = Unsur ganggu (*error*)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan klasifikasi BKI merupakan pengklasifikasian kapal berdasarkan konstruksi lambung, mesin dan listrik kapal dengan tujuan memberikan penilaian teknis atas laik tidaknya kapal tersebut untuk berlayar. BKI dibentuk dengan menerapkan standar teknik dalam melakukan kegiatan desain, konstruksi dan survei maritim terkait dengan fasilitas terapung, termasuk kapal dan konstruksi lepas pantai. Standar ini disusun dan dikeluarkan oleh BKI sebagai publikasi teknik. Kapal yang didesain dan dibangun berdasarkan standar BKI akan mendapatkan Sertifikat Klasifikasi dari BKI, dimana penerbitan sertifikat dilakukan setelah BKI menyelesaikan serangkaian survei klasifikasi yang dipersyaratkan.

Sebagai badan klasifikasi yang independen dan mengatur diri sendiri, BKI tidak memiliki kepentingan terhadap aspek komersial terkait dengan desain kapal, pembangunan kapal, kepemilikan kapal, operasional kapal, manajemen kapal, perawatan/perbaikan kapal, asuransi. BKI juga melakukan penelitian dan pengembangan dalam rangka peningkatan mutu dan standar teknik yang dipublikasikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan jasa klasifikasi kapal.

Dalam menjalankan kegiatan bidang klasifikasi, BKI mengemban amanat Undang undang Nomor 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran Pasal 129 serta Peraturan Menteri Perhubungan PRI Nomor 61 Tahun 2014 tentang Kewajiban Klasifikasi Bagi Kapal berbendera Indonesia Pada Badan Klasifikasi. BKI adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berbentuk Perseroan Terbatas (PT [Persero]) yang bergerak dalam bidang pengklasifikasian kapal yang beroperasi di teritori laut Republik Indonesia. Seluruh saham (100%) PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. Dalam RUPS, Pemerintah selaku pemegang saham negara diwakili oleh Menteri BUMN. BKI tidak memiliki ataupun memiliki saham pada entitas anak,

perusahaan asosiasi, atau perusahaan ventura. BKI belum pernah melakukan pencatatan saham ataupun efek lainnya di bursa. BKI belum pernah menggunakan jasa pemeringkat efek, lembaga dan atau profesi penunjang pasar modal.

Karakteristik identitas responden adalah profil terhadap obyek penelitian yang dapat memberikan interpretasi terhadap hasil penelitian mengenai menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan PT. Biro Klasifikasi Indonesia (Persero) melalui kualitas layanan dan citra perusahaan. Berdasarkan data yang dihimpun melalui penyebaran kuesioner kepada responden maka dapat diperoleh gambaran mengenai karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian ini.

Peneliti menetapkan 115 orang responden dimana konsumen yang telah menggunakan jasa PT. BKI minimal selama 1 (satu) tahun dan memiliki jumlah kapal minimal 3 (tiga) armada. Gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut: jabatan di perusahaan, masa kerja di perusahaan dan pendidikan terakhir.

Karakteristik responden berdasar jabatan di perusahaan yang telah menggunakan jasa PT. BKI diketahui mayoritas memiliki jabatan sebagai direksi di perusahaan pelayaran berjumlah 58 responden atau sama dengan 50,43%, responden yang memiliki jabatan sebagai manager sejumlah 37 orang atau 32,17 % dan responden yang memiliki jabatan selain direksi atau manajer atau lain-lain seperti asisten manager dan *technical superintendent* sebesar 17,39% atau 20 orang. Jabatan yang terbanyak para responden adalah direksi menunjukkan wawasan yang baik pada bidang pelayaran dan perkapalan.

Karakteristik responden berdasarkan masa kerja di bagi menjadi dua kategori yaitu masa kerja kurang dari 15 tahun dan masa kerja lebih dari 15 tahun. Peneliti mendefinisikan bahwa responden yang telah bekerja lebih dari 15 tahun di perusahaan pelayaran akan mengetahui dengan baik pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. BKI sedang responden yang bekerja kurang dari 15 tahun di perusahaan pelayaran cukup mengetahui dengan baik pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. BKI. Mayoritas responden telah memiliki masa kerja di perusahaan pelayaran selama lebih dari 15 tahun sebanyak 57,39% atau 66 orang, sedangkan responden yang memiliki masa kerja kurang dari 15 tahun adalah 42,61% atau 49 orang. Artinya responden yang masa kerjanya lebih dari 15 tahun lebih mempunyai pengalaman yang memadai terkait dengan variabel penelitian serta sudah banyak mengetahui kondisi riil berkaitan dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. BKI.

Karakteristik responden berdasar tingkat pendidikan terakhir dari responden dibagi menjadi tiga, yaitu (1) Pasca Sarjana / S2 / S3, (2) Diploma / S1 dan (3) SMA/SMK. Tingkat pendidikan para responden terbanyak adalah pasca sarjana (S2 atau S3) sebesar 48,70% atau 56 orang, pendidikan diploma / S1 sebesar 43,47% atau sebanyak 50 orang dan pendidikan terendah adalah SMA / SMK sebesar 7,83% sebanyak 9 orang. Tingkat pendidikan para responden yang terbanyak adalah pasca sarjana menunjukkan tingkat pengetahuan yang baik pada bidang pelayaran dan perkapalan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk selanjutnya dilakukan analisis regresi yang berguna untuk mendapatkan pengaruh variabel-variabel bebas (X1 (kualitas layanan), X2 (citra perusahaan)), dan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan).

Dalam pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dilakukan 2 model untuk mencari pengaruh antara variabel independen terhadap dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SPSS 25 didapatkan ringkasan pada tabel 1.

Tabel 1. Model 1 Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.709	.253		2.801	.006
	X1_mean	.859	.068	.765	12.628	.000

a. Dependent Variable: X2_mean

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh model regresi:

$$X_2 = 0.765 X_1 \quad (\text{Model 1})$$

Koefisien X1 bernilai 0,765; karena nilai koefisien positif maka hal ini menunjukkan bahwa peningkatan variabel X1 (Kualitas Layanan) dapat meningkatkan variabel X2 (Citra Perusahaan).

Tabel 2. Model 2 Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.197	.182		1.084	.281
	X1_mean	.404	.073	.362	5.510	.000
	Y_mean	.582	.065	.586	8.910	.000

a. Dependent Variable: Y_mean

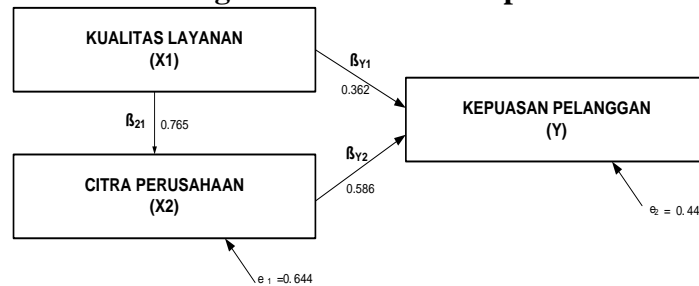
Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh model regresi:

$$Y = 0.362 X_1 + 0.586 X_2 \quad (\text{Model 2})$$

- a. Koefisien X1 bernilai 0,362. Karena nilai koefisien positif maka hal ini menunjukkan bahwa peningkatan variabel X1 (Kualitas Layanan) dapat meningkatkan variabel Y (Kepuasan pelanggan).
- b. Koefisien X2 bernilai 0,586. Karena koefisien positif maka hal ini menunjukkan bahwa peningkatan variabel X2 (Citra Perusahaan) dapat meningkatkan variabel Y (Kepuasan pelanggan).

Gambar 1. Diagram dari Model Empiris Penelitian



Dimana:

$$e_1 = \sqrt{1 - R_1^2} \quad \text{Model 1}$$

$$e_1 = \sqrt{1 - 0.585}$$

$$e_1 = 0.644$$

$$e_2 = \sqrt{1 - R_2^2} \quad \text{Model 2}$$

$$e_2 = \sqrt{1 - 0.799}$$

$$e_2 = 0.448$$

Uji F (Uji Simultan)

Uji Statistik F digunakan untuk menguji kesesuaian model dan menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Pengujian secara simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang digunakan dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Semua variabel tersebut diuji secara serentak dengan menggunakan uji F.

Tabel 3. Model 2 Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2	Regression	12.158	1	12.158	159.470	.000 ^b
	Residual	8.615	113	.076		
	Total	20.774	114			

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari α ($0.000 < 0.050$). Artinya secara simultan/serentak, variabel bebas yaitu X1 (Kualitas Layanan), X2 (Citra Perusahaan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

Uji t

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menguji pengaruh tersebut, digunakan uji t, menggunakan nilai signifikansi dengan α 5%. Berdasarkan Tabel 2 Model 1 Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda didapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Terlihat dari nilai *signifikan* t yang lebih kecil dari α ($0.000 < 0.050$), sehingga dapat disimpulkan Variabel X1 (Kualitas Layanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara parsial.

Berdasarkan Tabel 3 Model 2 Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda didapatkan hasil:

- b. Terlihat dari nilai *signifikan* t yang lebih kecil dari α ($0.000 < 0.050$), sehingga Variabel X1 (Kualitas Layanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara parsial.
- c. Terlihat dari nilai *signifikan* t yang lebih kecil dari α ($0.000 < 0.050$), sehingga Variabel X2 (Citra Perusahaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan pelanggan) secara parsial.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel

Menurut Ghozali (2013) koefisien korelasi (R) menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel terikat dengan variabel tidak terikat. Nilai R^2 berada di antara 0 dan 1 yang mempunyai arti yaitu bila $R^2=1$, artinya menunjukkan variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat 100% dan pendekatan model yang digunakan adalah tepat. Bila $R^2=0$, artinya menunjukkan bahwa variabel bebas tidak mampu menjelaskan variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.765	0.585	0.582	0.27612
2	0.894	0.799	0.796	0.19180

Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4 Model 1 diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,765 sehingga arah dan keeratan hubungan antar variabel-variabel bebas secara bersama berpengaruh positif dan kuat. Syarat sesuai teori dalam penelitian ini yaitu, nilai R dinyatakan kuat karena mempunyai nilai yang mendekati 1.

Besarnya kontribusi dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4 Model 1 dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,585. Hasil tersebut menjelaskan sumbangan atau kontribusi dari variabel-variabel bebas X1 (Kualitas Layanan) yang disertakan dalam persamaan regresi terhadap variabel X2 (Citra Perusahaan) adalah sebesar 58,5%, sedangkan 41.5% lainnya disumbangkan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan ini.

Berdasarkan Tabel 4 Model 2 diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,894 sehingga arah dan keeratan hubungan antar variabel-variabel bebas secara

bersama berpengaruh positif dan kuat. Syarat sesuai teori dalam penelitian ini yaitu, nilai R dinyatakan kuat karena mempunyai nilai yang mendekati 1.

Besarnya kontribusi dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4 Model 2 dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,799. Hasil tersebut menjelaskan sumbangan atau kontribusi dari variabel-variabel bebas X1 (Kualitas Layanan), X2 (Citra Perusahaan) yang disertakan dalam persamaan regresi terhadap variabel Y (Kualitas Layanan) adalah sebesar 79,9%, sedangkan 20,1% lainnya disumbangkan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan ini.

Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh dua variabel yaitu kualitas layanan dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan PT. BKI.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan

Penelitian ini menemukan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap citra perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jaroslav Dadoa (2011); Gudlaugsson & Eystinsson (2012); Nyoman Rinala (2013) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut mempunyai hasil yang sama dan konsisten meskipun objek penelitian berbeda.

Hasil distribusi frekuensi jawaban penelitian ini menunjukkan item pernyataan dengan rata-rata nilai tertinggi untuk variabel kualitas layanan adalah item X1.5 yaitu staf teknik/surveyor yang memiliki pengalaman yang memadai. Artinya staf teknik/surveyor PT. BKI memiliki pengalaman yang memadai untuk memberikan pelayanan jasa kepada pengguna jasa sesuai dengan harapan dari pengguna jasa PT. BKI.

Definisi operasional kualitas layanan adalah persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang diharapkan. Jika kenyataan lebih tinggi daripada yang diharapkan maka layanan itu disebut memuaskan. Tetapi jika kenyataan lebih rendah dibanding layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan tidak memuaskan. Kualitas layanan yang diterima adalah penilaian mengenai keunggulan perusahaan secara keseluruhan berdasarkan pada cara pandang dari performa dan kualitas layanan menyeluruh, sebagai hasil dari interaksi dan evaluasi dari dimensi yang berhubungan dengan layanan. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diterima adalah kesimpulan dari sikap umum pelanggan terhadap layanan perusahaan. Dengan kualitas layanan yang baik akan menaikkan citra perusahaan dihadapan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menemukan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Dadoa (2011); Gudlaugsson & Eystinsson (2012); Rinala (2013) yang menemukan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut mempunyai hasil yang sama dan konsisten meskipun objek penelitian berbeda.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BKI akan memberikan pengaruh yang besar bagi kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya, PT. BKI harus memastikan bahwa keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada konsumen berkualitas. Karena kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh konsumen selama konsumen menggunakan beberapa tahapan pelayanan. Hasil distribusi frekuensi jawaban penelitian ini menunjukkan bahwa item pernyataan dengan rata-rata nilai tertinggi untuk variabel kualitas layanan adalah item X1.5 yaitu staf teknik/surveyor yang memiliki pengalaman yang memadai. Artinya staf teknik / survey PT. BKI memiliki pengalaman yang memadai untuk memberikan pelayanan jasa kepada pengguna jasa sesuai dengan harapan dari pengguna jasa PT. BKI. Hal ini disebabkan pelanggan tidak memiliki standar teknis di bidang perkapalan sehingga pelanggan menilai kualitas staf teknik dari PT. BKI yang memiliki kemampuan dan pengalaman yang memadai dapat memberikan penilaian secara teknis dan rekomendasi teknis terhadap aset perusahaan yaitu armada kapal.

Kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan tercermin pada dimensi kualitas pelayanan seperti *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu dan kecepatan dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. BKI menjadi nilai penting yang diharapkan oleh pengguna jasa. Oleh karena itu, kualitas layanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini menemukan variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Moureen Margaretha (2004); Diah Sugandini (2003) yang mengemukakan kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan walaupun objek penelitian yang digunakan berbeda-beda.

Hasil distribusi frekuensi jawaban penelitian ini menunjukkan item pernyataan dengan rata-rata nilai tertinggi untuk variabel citra adalah item X2.2 yang pernyataannya adalah PT. BKI senantiasa menjaga kualitas jasa klasifikasi yang ditawarkan. Jadi para responden mempunyai persepsi bahwa PT. BKI mampu menjaga kualitas jasa klasifikasi yang ditawarkan pada setiap aktifitas yang dilakukan oleh PT. BKI. Hal ini menguntungkan bagi PT. BKI mengingat bahwa perusahaan yang mempunyai citra baik di mata konsumen, produk dan jasanya relatif bisa diterima konsumen daripada perusahaan yang tidak memiliki citra.

Definisi operasional citra dalam penelitian ini adalah kesan, impressi, perasaan atau konsepsi yang ada pada pelanggan mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau lembaga. Citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan pada segi layanan. Citra terbentuk

berdasarkan impressi, pengetahuan yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu, sehingga akhirnya membangun suatu sikap mental, sikap mental inilah yang digunakan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan.

KESIMPULAN

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra PT. BKI. Hal ini menunjukkan bahwa apabila PT. BKI meningkatkan kualitas layanannya sesuai dengan harapan dari pelanggan, maka citra perusahaan akan meningkat. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. BKI. Kualitas layanan yang semakin baik berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan perusahaan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. BKI. Hubungan yang positif menandakan semakin baik citra perusahaan, semakin meningkat kepuasan pelanggan (semakin puas).

PT. BKI memberikan pelatihan bagi staf teknik /surveyor dalam bidang perkapalan, pelayaran dan pelayanan prima. Pelatihan atau diklat yang *up to date* dalam bidang perkapalan dan pelayaran memberikan pengetahuan bagi staf teknik / surveyor dalam menilai aset pengguna jasa. Sedangkan diklat dalam bidang pelayanan prima memberikan pengetahuan bagi staf teknik/surveyor dalam kemampuan yang lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa. PT. BKI lebih meningkatkan pelayanan yang cepat dan tepat seperti pelayanan permohonan survey atau inspeksi yang harus cepat direspon oleh PT. BKI. Pengguna jasa mengharapkan pelayanan yang responsif dan mengharapkan agar PT. BKI memberikan pelayanan 24 jam bagi pengguna jasa. Pengguna jasa juga mengharapkan agar PT. BKI memberikan harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Beberapa pengguna jasa menilai bahwa harga jasa PT. BKI masih mahal dibandingkan dengan harga kompetitor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buhcari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua., ALFABETA. Bandung.
- Bebko, Charlene, P. 2000. *Service Intangibility and Its Impact on Consumer Expectation of Service Quality*. Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 13. No.5
- Day G.S. 1996. *Two Dimensionals Concept of Brand Loyalty*. Journal of Advertising Research, Vol. 9, No.3 September, pp. 29-35
- Cronin J. Joseph and Taylor Steven A. 1992. *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extention*. Journal of Marketing. Vol. 56, July.
- Cronin J. Joseph, Michael K, Brady and G. Tomas M. Hult. 2000. *Assesing The Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioural Intentions in Service Environment*. Journal of Retailing, Vol. 76, pp. 193-218.
- Cuk Triono Singgih. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek, Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen di Lembaga Pendidikan Kursus dan Pelatihan Pasca Sma di Jawa Timur*. Disertasi. Program Doktor Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya 2007.

- Feliks Anggia B.K.P. *Pengaruh Total Quality Service dan Customer Relationship Management Terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty*. Revka Petra Media ISBN 987-602-9415-34-6.
- Feliks Anggia B.K.P, Hotman Panjaitan. Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan. *Prosiding*. Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVI Program Studi MMT-ITS, Surabaya 14 Juli 2012
- Feliks Anggia B.K.P., Hotman Panjaitan. *Analysis of Customer Loyalty through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction*. International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE). Vol.3, No.3, September 2014, pp. 142~151, ISSN: 2252-8822.
- Fornell. C. 1992. *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. Journal of Marketing, Vol. 56, January.
- Fornell. C. 1996. *The American Customer Satisfaction Index (ASCI) Model: Nature, Purpose and Finding*. Journal of Marketing. Vol. 60, October, pp. 7-18.
- Gronroos, Christian. 1995. *Relationship Marketing: The Strategi Continuum*. Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 23, No. 4, pp. 252-254.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black W.C. 2000. *Multivariate Data*. Inc, Upper Saddle River. New Jersey.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. Millenium Edition, Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Panjaitan, Hotman. 2012. *Analisis Citra Melalui Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan*. Revka Petra Media. Surabaya. ISBN 987-602-9415-34-6.
- Panjaitan, Hotman. 2005. *Dukungan Teknologi Informasi Meningkatkan Kualitas Layanan Perguruan Tinggi Swasta*. Jurnal DiE, Vol. 2, No. 1, Okt 2005
- Ruyter, Ko de, Martin, Wetzels. 2000. *The Role Corporate Image and Extention Similarity in Service Brand Extensions*. University of Cambridge, UK
- Tjahjono, Hendro, 2009. *Pengaruh Total Quality Service Terhadap Harapan, Perceived Value, Kepuasan dan Citra Serta Dampaknya Terhadap Komplain dan Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur*. Disertasi. Program Doktor Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya 2009.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. ANDI. Yogyakarta.
- Zeithml, Valarie, A., and Bitner. M.J. 1996. *Services Marketing*. The Mcgraww-Hill Companies, Inc, New York.
- Zeithml, Valarie, A., Leonardo L., and Parasuraman A. 2000. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing. Vol. 60. April, pp. 31-46.
- Zeithml, Valarie, A., Parasuman, A., and Berry, L.. 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation*. The Free Press. New York.