

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI ANGGOTA TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DI KOPERASI SIMPAN PINJAM (KSP) SETIA KAWAN

THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND MEMBERS' MOTIVATION ON MEMBERS' LOYALTY AT SETIA KAWAN SAVINGS AND LOAN COOPERATIVE (SLC)

oleh:

putri wahyu anisa

fakultas ekonomi, universitas negeri yogyakarta

putriwhyanisa@gmail.com

Pembimbing: Prof. Dr. Sukidjo, M.Pd.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, 2) pengaruh motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan, 3) pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan populasi anggota KSP Setia Kawan yang berjumlah 455. Sampel penelitian ini sebanyak 82 orang yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (r) sebesar 0,464 pada signifikansi 0,000; 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan dibuktikan dengan nilai koefisien regresi (r) sebesar 0,435 pada signifikansi 0,004; 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan dibuktikan dengan nilai F sebesar 19,029 pada signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,325 dapat diartikan bahwa 32,5% loyalitas anggota KSP Setia Kawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan motivasi anggota. Sumbangan efektif variabel kualitas pelayanan sebesar 23,59%, dan motivasi anggota sebesar 8,93% terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Motivasi Anggota, Loyalitas Anggota*

Abstract

This study aims to investigate: 1) the effect of service quality on members' loyalty at Setia Kawan SLC, 2) the effect of members' motivation on members' loyalty at Setia Kawan SLC, and 3) the effect of service quality and members' motivation as an aggregate on members' loyalty at Setia Kawan SLC. This was a causal associative study with a population comprising members of Setia Kawan SLC with a total of 455 members. The research sample consisted of 82 members, selected by means of the accidental sampling technique. The data were collected by a questionnaire. They were analyzed by multiple regression. The results of the study show that: 1) there is a significant positive effect of service quality on members' loyalty at Setia Kawan SLC indicated by a regression coefficient (r) of 0.464 at a significance of 0.000; 2) there is a significant positive effect of members' motivation on members' loyalty at Setia Kawan SLC indicated by a regression coefficient (r) of 0.435 at a significance of 0.004; and 3) there is a significant positive effect of service quality and members' motivation as an aggregate on members' loyalty at Setia Kawan SLC indicated by F value 19,029 at a significance of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.325 indicates that 32.5% of members' loyalty at Setia Kawan SLC is affected by service quality and members' motivation. The effective contribution of the variable of the service quality is 23,59% and that of the members' motivation is 8,93% to the satisfaction of the members of Setia Kawan SLC.

Keywords: *Service Quality, Members' Motivation, Members' Loyalty*

PENDAHULUAN

Pasar bebas adalah salah satu peluang sekaligus ancaman yang sedang dihadapi oleh Indonesia. Dengan adanya pasar bebas, perusahaan barang maupun jasa dituntut untuk dapat bersaing dengan produk-produk dari luar negeri. Usaha yang sudah atau sedang berkembang di Indonesia diharap mampu tetap mempertahankan eksistensinya melawan produk luar negeri. Salah satu badan usaha yang tidak lepas dari dampak pasar bebas adalah koperasi.

Koperasi merupakan salah satu bentuk badan hukum yang sudah lama dikenal di Indonesia dan dipelopori oleh Bung Hatta, beliau juga dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia. Menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992: “koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.

Kesejahteraan anggota sesuai dengan tujuan koperasi selalu diusahakan dengan berbagai cara agar dapat bersaing dan mempertahankan koperasi di tengah adanya pasar bebas. Oleh karena itu, terciptanya anggota yang loyal sangat diperlukan dan penting bagi pertumbuhan koperasi di Indonesia. Namun saat ini selain adanya pasar bebas, koperasi juga harus bersaing dengan adanya lembaga keuangan yang banyak berdiri. Untuk menciptakan loyalitas anggota, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari loyalitas anggota. Setiap usaha jasa memiliki berbagai bentuk pelayanan yang berbeda-beda antara satu

dengan yang lainnya. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar bisa bersaing dengan perusahaan yang lain, baik perusahaan yang sudah berdiri lama maupun perusahaan yang baru.

Menurut Fandhy Tjiptono (2001: 51), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan anggota koperasi, apabila kualitas pelayanan dirasa baik, maka akan berpengaruh positif terhadap penggunaan jasa kembali dan anggota semakin loyal. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang mengecewakan dapat berpengaruh negatif terhadap loyalitasnya.

Keberadaan kualitas pelayanan tetap dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kemauan anggota untuk menggunakan jasa kembali, menggunakan jasa yang lebih lagi dan merekomendasikan pengalamannya kepada orang lain. Kemudian dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan akan berdampak positif terhadap loyalitas anggota (Lyon dan Powers, 2004). Pendapat tersebut diperkuat oleh Elu (2005) yang menyatakan bahwa: “keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan kualitas pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen”.

Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan bergerak dalam bidang jasa dengan produk yang ditawarkan adalah produk simpanan dan produk pinjaman. Dalam menawarkan produknya,

koperasi berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap loyalitas adalah motivasi anggota. Martoyo (2001: 68) memberikan pernyataan: “motivasi merupakan keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang timbul dari dalam diri anggota dapat menimbulkan suatu dorongan untuk mempengaruhi loyalitasnya dalam koperasi”.

Motivasi diartikan sebagai pendorong atau penggerak yang mengkondisikan individu dan selanjutnya diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Seseorang yang memiliki motivasi akan melakukan suatu aktivitas lebih baik, lebih efisien, lebih cepat dan lebih bertanggung jawab. Motivasi merupakan masalah kompleks dalam organisasi, karena pada dasarnya sulit bagi seseorang untuk dapat memotivasi dirinya sendiri tanpa adanya unsur yang mendorong.

Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan adalah salah satu koperasi primer yang berbadan hukum No. 4/ BH/ KWK-12/ IX/ 1994. Kantor pusat Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan berada di kompleks pasar tradisional Prambanan, yaitu di Jl. Prambanan Piyungan Km. 1, Yogyakarta. Kemudahan pelayanan yang diberikan oleh KSP Setia Kawan salah satunya dengan menempatkan kantor kas yang berlokasi dekat dengan tempat kerja nasabah dalam mencari nafkah serta melakukan pelayanan jemput bola untuk lokasi nasabah yang jauh.

Pelayanan jasa diberikan kepada nasabah untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Karena kesetiaan nasabah tidak dapat diperjualbelikan, kesetiaan nasabah datang dari lubuk hati, dari ketulusan nurani yang terjadi karena adanya nilai kepuasan yang diterima dan dirasakan. KSP Setia Kawan dan petugas pelayanan tetap berusaha menjaga proses pelayanan sehingga akan tertanam di dalam hati nasabah yang pada akhirnya nasabah akan mengikuti dengan kesetiiaannya yang selalu akan diberikan. Hal ini ditunjukkan nasabah dengan pemakaian jasa dan melakukan pemakaian jasa ulang.

Terdapat beberapa kelemahan KSP Setia Kawan yaitu belum mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan anggota misalnya pemberian bunga yang masih dianggap terlalu tinggi oleh anggota, masih kurang ketatnya pengawasan di dalam pelaksanaan kerja, masih kurangnya aktivitas marketing, belum maksimal pengembangan dan pemanfaatan teknologi yang dimiliki, belum tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas sehingga belum dapat mengarah pada keunggulan di dalam persaingan. Selain itu terdapat permasalahan internal KSP Setia Kawan yang dikhawatirkan dapat menghambat pertumbuhan usaha dan kinerja KSP Setia Kawan (Sumber: Laporan Pertanggung Jawaban Tahun 2014).

Untuk menarik nasabah, KSP Setia Kawan telah melakukan berbagai kegiatan promosi antara lain dengan menyebar brosur, membagikan souvenir seperti gelas, tas, payung, jam dinding, serta kalender dimana pada semua *merchandise* yang dibagikan pada para nasabah memiliki

informasi tentang koperasi Setia Kawan. Selain itu KSP Setia Kawan juga membagikan bingkisan pada hari raya pada seluruh nasabah koperasi Setia Kawan, memberikan potongan bunga pinjaman bagi peminjam yang memiliki catatan angsuran lancar.

Fakta-fakta tersebut merupakan suatu permasalahan bagi KSP Setia Kawan dalam peningkatan kualitas pelayanan. Maka, kualitas pelayanan yang ada belum maksimal dan akan berpengaruh dengan kembalinya anggota menggunakan jasa terus menerus.

Setiap anggota KSP Setia Kawan memiliki motivasi yang berbeda-beda. Motivasi bisa dari dalam diri anggota itu sendiri dan bisa dorongan dari luar. Motivasi yang positif, akan menimbulkan dorongan yang positif pula terhadap anggota untuk meningkatkan loyalitasnya pada koperasi. Begitu pula sebaliknya, motivasi yang negatif akan menurunkan loyalitas anggota pada koperasi.

Dengan adanya motivasi yang tinggi, anggota akan ikut serta dalam memajukan koperasi dengan bersikap loyal terhadap koperasi serta menambah manfaat bagi dirinya sendiri. Pada KSP Setia Kawan motivasi dapat dilihat melalui perkembangan jumlah anggota. Pada tahun 2013 anggota KSP Setia Kawan berjumlah 462 anggota. Sementara pada tahun 2014 jumlah anggota menurun menjadi 455.

Selain itu, semakin banyaknya anggota yang mendapatkan pembiayaan langsung dari bank dengan tingkat suku bunga rendah, adanya anggota yang kurang disiplin dalam menyelesaikan tanggung jawabnya dibuktikan

dengan pertumbuhan pendapatan tahun 2014 yang kurang menggembirakan dengan tahun sebelumnya (Sumber: LPJ Tahun 2014),

Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota, diharapkan dengan jumlah anggota yang besar tetap bisa menjaga kestabilan loyalitas anggota. Loyalitas anggota tersebut bisa diwujudkan dengan meningkatkan kualitas anggota dan motivasi anggota itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan. Antara lain: 1. Belum mempunyai kemampuan dalam memenuhi kebutuhan anggota; 2. Masih kurang ketatnya pengawasan di dalam pelaksanaan kerja; 3. Masih kurangnya aktivitas marketing; 4. Belum maksimal pengembangan dan pemanfaatan teknologi yang dimiliki; 5. Belum tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas sehingga belum dapat mengarah pada keunggulan di dalam persaingan; 6. Terdapat permasalahan internal KSP Setia Kawan yang dikhawatirkan dapat menghambat pertumbuhan usaha dan kinerja KSP Setia Kawan.

Oleh karena itu, peneliti memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota Terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan”**.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terikat yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2007: 9) penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan (pengaruh) sebab akibat, yaitu pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Simpan Pinjam Setia Kawan yang beralamatkan di Jl. Prambanan Piyungan Km. 1, Sleman, Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Januari 2016 hingga penelitian selesai.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan anggota KSP Setia Kawan yang berjumlah 455 anggota dengan sampel sebanyak 82 anggota dengan teknik *accidental sampling*/ sampel kebetulan. Menurut Sugiyono (2013: 120), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner atau angket. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai kualitas pelayanan, motivasi anggota, dan loyalitas anggota. Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup.

Untuk mengetahui kesahihan butir (validitas) dan konsistensi (reliabilitas) instrumen,

maka dilakukan uji coba instrumen. Uji validitas dilaksanakan dengan rumus *Product Moment* dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (α) (Sugiyono, 2007: 255).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif variabel, uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji homoskedastisitas. Pengajuan hipotesis menggunakan persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*) (Ali Muhson, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota di KSP Setia Kawan

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkapkan bahwa sebagian besar anggota KSP Setia Kawan berpendapat bahwa kualitas pelayanan pada KSP Setia Kawan dikategorikan pada kondisi baik dengan persentase 42,68%. Disusul dengan kategori sangat baik yaitu sebesar 41,46% kemudian pada kondisi cukup yaitu sebesar 10,98% kemudian pada kondisi kurang yaitu sebesar 4,88%. Mean yang didapat dari hasil penelitian kualitas pelayanan adalah 40,83 dan dapat dikatakan citra koperasi berada pada kondisi baik.

Penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi

(r) sebesar 0,464 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Yang artinya, semakin baik kualitas pelayanannya maka semakin tinggi loyalitas anggotanya. Oleh karena itu apabila koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan.

Pengaruh Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota di KSP Setia Kawan

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkapkan bahwa sebagian besar anggota KSP Setia Kawan berpendapat bahwa motivasi anggota pada KSP Setia Kawan dikategorikan pada kondisi sangat tinggi dengan persentase 51,22%. Disusul dengan kategori tinggi yaitu sebesar 48,78%. Berdasarkan hasil penelitian mean yang didapat dari motivasi anggota adalah 42,26 dan dapat dikatakan bahwa motivasi anggota berada pada kondisi tinggi.

Penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima, yaitu motivasi anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (r) sebesar 0,435 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Yang artinya, semakin tinggi motivasi anggotanya maka semakin tinggi pula loyalitas anggotanya. Oleh karena itu apabila koperasi ingin meningkatkan loyalitas anggota anggotanya, maka motivasi anggota harus terus ditingkatkan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota secara bersama-sama terhadap Loyalitas Anggota di KSP Setia Kawan

Berdasarkan hasil penelitian ini diungkapkan bahwa sebagian besar loyalitas

anggota dalam keadaan tinggi dengan persentase 52,44%. Disusul pada kategori sangat tinggi dengan persentase 36,59%, kemudian pada kategori sedang 10,98%. Berdasarkan hasil penelitian mean yang didapat dari loyalitas anggota adalah 43,88 dan dapat dikatakan bahwa loyalitas anggota KSP Setia pada kondisi tinggi.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis ketiga diterima, yaitu terdapat pengaruh positif dan kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama – sama terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Secara simultan kedua variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan dan pengaruhnya sebesar 32,5%, namun masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota. Total nilai variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu 67,5%.

Berdasarkan analisis data juga diketahui sumbangan efektif dan sumbangan relatif masing-masing variabel bebas. Sumbangan efektif variabel kualitas pelayanan sebesar 23,59% dan sumbangan efektif variabel motivasi anggota sebesar 8,93% terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Diketahui juga sumbangan relatif kualitas pelayanan sebesar 72,54% dan sumbangan relatif motivasi anggota 27,46% terhadap loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh koperasi memiliki pengaruh lebih besar terhadap loyalitas anggota di KSP Setia

Kawan dibandingkan dengan variabel motivasi anggota.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien garis yang positif dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,464 dengan t sebesar 5,070 dan signifikansi sebesar 0,000. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Selain itu terdapat sumbangan efektif kualitas pelayanan sebesar 23,59% terhadap variabel loyalitas anggota.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel motivasi anggota terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien garis yang positif dari variabel motivasi anggota sebesar 0,435 dengan t sebesar 2,956 dan signifikansi sebesar 0,004. Artinya, semakin tinggi motivasi anggota maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Selain itu terdapat sumbangan efektif motivasi anggota sebesar 8,93% terhadap variabel loyalitas anggota.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota KSP Setia Kawan. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien R adalah 0,570 sedangkan R^2 sebesar 0,325. Nilai R menunjukkan nilai positif, artinya semakin

baik kualitas pelayanan dan semakin tinggi motivasi anggota maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP Setia Kawan. Nilai R^2 sebesar 0,325 menunjukkan bahwa variansi dalam loyalitas anggota KSP Setia Kawan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan motivasi anggota sebesar 32,5%. Selain itu diperoleh F sebesar 19,029 dan signifikansi 0,000. Oleh karena nilai signifikansi kurang dari 0,05, berarti bahwa kualitas pelayanan dan motivasi anggota secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas anggota KSP Setia Kawan.

Saran

Berdasarkan penelitian ini penulis memiliki beberapa saran untuk meningkatkan loyalitas anggota KSP Setia Kawan, diantaranya:

1. Mengingat sumbangan efektif terbesar yang mempengaruhi variabel loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan adalah variabel kualitas pelayanan, maka hendaknya pengurus Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggotanya dengan cara meningkatkan kualitas secara fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati kepada anggota.
2. Sebaliknya diberikan dorongan untuk meningkatkan motivasi anggota Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan seperti pemberian motivasi kepada anggota agar lebih termotivasi untuk menjadi anggota yang loyal di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan.

3. Mengingat R^2 dalam penelitian ini sebesar 32,5% sedangkan 67,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, maka untuk peneliti selanjutnya perlu diteliti lebih lanjut variabel-variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhson. (2015). *Aplikasi Komputer*. Diklat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Elu, Balthasar. (2005). *Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi, Vol. 13, No. 3 (September).
- Lyon, Down Bendall., and Thomas L. Powers. (2004). *The Impact of Structural and Process Attributes on Satisfaction and Behaviour Intentions*. *Journal of Services Marketing*.
- Martoyo. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: BPFPE.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.