

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT WAHANA PRESTASI
LOGISTIK CABANGSUMUR BATU JAKARTA PUSAT**

Imelda ¹, T.S Reza ²

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI,
Jakarta

²Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract

The purpose of this study is to see how corporate image and service quality affect customer loyalty in pt Wahana logistics. The method the writer USES for research is a quantitative method intended to collect data. The data- collection technique used is primary data which USES a technical questionnaire through Google form. The distribution of the questionnaires as many as 99 samples, the results of this study show that a company's image and service quality are affected by customer loyalty.

This research shows that the respondent response index 1. The company brand of PT Wahana Cabang Sumur Batu has predicted value or interpretation score of 4.01 with "good" characteristics 2. The quality of the service to the PT Wahana has a 4.05 value value with a "good" interpretation. 3. Customer loyalty in PT Wahana has a 3.88 score score score score on a "good" category. Beyond the assessments of the respondents' predictions, the results of the validity of the company's image variables, the quality of service and loyalty of customers are greater than the rtables which state that the respondents agree with the statement on the questionnaire.

Key words: company image, service quality, customer loyalty

*Cronicle of Article:Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00, 2020).
©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

Profile and corresponding author: Imelda anggriana adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10530. Corresponding Author: Imelda_anggrianan@gmail.com, teukusyahrulr@gmail.com

How to cite this article : Anggriana I, TS Reza (2022) ‘Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Wahana Prestasi Logistik Cabang Sumur Batu Jakarta Pusat , 2(3), pp.371-381. Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS/index>,

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis online di Indonesia sekarang ini menunjukkan trend yang terus meningkat, karena semakin banyaknya orang Indonesia yang memilih berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke tempatnya atau toko ritel. Belanja secara online merupakan cara konsumen berbelanja dengan menggunakan media elektronik atau jejaring sosial. Bisnis jasa kurir atau pengiriman barang dan logistik saat ini sangat berkembang pesat di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami perkembangan yang sangat tinggi hingga mencapai 8,8% per tahun 2017

(kuswandi, 2015). E-commerce adalah pihak ketiga yang menggabungkan antara penjual dan pembeli secara daring atau online. Karena dengan adanya musibah virus Corona yang semakin meningkat membuat masyarakat semakin memanfaatkan e-commerce untuk belanja online. Karena selain lebih mudah dalam proses pembelian dan lebih menghemat waktu. Bisnis jasa kurir yang sudah dikenal sejak tahun 1998 yaitu PT WAHANA LOGISTIK yang dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. PT wahana adalah salah satu perusahaan dalam industri jasa pengiriman dengan berbiaya rendah, karena saat ini sudah banyak

perusahaan swasta yang merambah ke bisnis kurir atau pengiriman barang dan logistik. Adapun beberapa perusahaan yang berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas dan terbaik. Salah satu diantaranya adalah JNE, JNT. Jumlah perusahaan swasta di bidang jasa pengiriman ekspres yang terdaftar sebagai anggota dari Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia (ASPERINDO) sekitar 167 perusahaan. Perusahaan jasa pengiriman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat seiring dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat.

Kualitas pelayanan sangatlah penting terutama untuk perusahaan jasa ekspedisi seperti jasa kurir. Perkembangan pasar jasa kurir tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, menurut Zaldy Ilham Masita (Presiden Asosiasi Logistik Indonesia) bahwa terdapat dua faktor yang menyebabkan besarnya perkembangan pasar jasa logistik, yaitu: perkembangan ekonomi Indonesia terus meningkatnya perdagangan domestic maupun luar negeri, dan banyaknya perusahaan yang menyerahkan aktivitas logistiknya ke pihak ketiga atau alih daya. Purwanti (2015) menyatakan bahwa sudah banyak sekali jasa ekspedisi perusahaan swasta yang lebih dikenal masyarakat yaitu JNE, TIKI, J&T. selain itu juga ada perusahaan berskala global internasional seperti Fed, Ex, DHL. Semakin banyaknya perusahaan yang berdiri maka dari itu persaingan semakin ketat.

PT. WAHANA LOGISTIK adalah perusahaan jasa pelayanan lalu lintas berita, uang, barang dengan memiliki jaringan

pelayanan terbesar dan tersebar diseluruh pelosok tanah air. Di mulai dari awal yang sederhana dari 5 staf pada tahun 1998, PT.WAHANA Prestasi Logistik menetapkan diri sebagai salah satu dinamika Internasional Freight Forwarder dan jumlah penyedia logistik dengan jaringan yang efektif agen di luar negeri saat ini terletak di lokasi strategis di Asia Pasifik, Eropa dan Amerika Serikat Amerika. Keberhasilan Wahana selama bertahun-tahun adalah bukti dari komitmen terhadap kualitas dan kemauan untuk bersaing secara agresif di setiap pasar di mana ada peluang bisnis. Organisasi ini yang sangat diperlukan kehadirannya bagi masyarakat Indonesia, karena salah satu penyediaan sarana komunikasi bagi masyarakat terutama yang berhubungan dengan fasilitas yang digunakan masyarakat dalam menyelenggarakan barang dan jasa giro baik *domestik atau internasional* dengan berbiaya rendah. PT WAHANA logistik juga menyediakan jasa pengiriman barang yang memiliki persaingan sector swasta. Untuk itu dituntut dapat memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan branding perusahaan. PT WAHANA sangat diperlukan dalam situasi seperti ini, dalam menghadapi dunia usaha yang semakin kompetitif, salah satunya adalah melakukan penyesuaian diri dengan pelanggannya. Perusahaan ekspedisi untuk saat ini masih penting dalam denyut nadi masyarakat karena membutuhkan jasa pelayanan antaran yang cepat dan akurat sebagai konsekwensi dalam memenuhi tuntutan zaman yang maunya serba cepat dan instan.

Perkembangan bisnis online di Indonesia sekarang ini menunjukkan trend yang terus meningkat, karena semakin banyaknya orang Indonesia yang memilih berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke tempatnya atau toko ritel. Belanja secara online merupakan cara konsumen berbelanja dengan menggunakan media elektronik atau jejaring sosial. Bisnis jasa kurir atau pengiriman barang dan logistik saat ini sangat berkembang pesat di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami perkembangan yang sangat tinggi hingga mencapai 8,8% per tahun 2017 (kuswandi, 2015). E-commerce adalah pihak ketiga yang menggabungkan antara penjual dan pembeli secara daring atau online. Karena dengan adanya musibah virus Corona yang semakin meningkat membuat masyarakat semakin memanfaatkan e-commerce untuk belanja online. Karena selain lebih mudah dalam proses pembelian dan lebih menghemat waktu.

Bisnis jasa kurir yang sudah dikenal sejak tahun 1998 yaitu PT WAHANA LOGISTIK yang dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. PT wahana adalah salah satu perusahaan dalam industri jasa pengiriman dengan berbiaya rendah, karena saat ini sudah banyak perusahaan swasta yang merambah ke bisnis kurir atau pengiriman barang dan logistik. Adapun beberapa perusahaan yang berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas dan terbaik. Salah satu diantaranya adalah JNE, JNT. Jumlah perusahaan swasta di bidang jasa pengiriman ekspres yang terdaftar sebagai anggota dari Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan

Logistik Indonesia (ASPERINDO) sekitar 167 perusahaan. Perusahaan jasa pengiriman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat seiring dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat.

Kualitas pelayanan sangatlah penting terutama untuk perusahaan jasa ekspedisi seperti jasa kurir. Perkembangan pasar jasa kurir tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, menurut Zaldy Ilham Masita (Presiden Asosiasi Logistik Indonesia) bahwa terdapat dua faktor yang menyebabkan besarnya perkembangan pasar jasa logistik, yaitu: perkembangan ekonomi Indonesia terus meningkatnya perdagangan domestic maupun luar negeri, dan banyaknya perusahaan yang menyerahkan aktivitas logistiknya ke pihak ketiga atau alih daya. Purwanti (2015) menyatakan bahwa sudah banyak sekali jasa ekspedisi perusahaan swasta yang lebih dikenal masyarakat yaitu JNE, TIKI, J&T. selain itu juga ada perusahaan berskala global internasional seperti Fed, Ex, DHL. Semakin banyaknya perusahaan yang berdiri maka dari itu persaingan semakin ketat.

PT. WAHANA LOGISTIK adalah perusahaan jasa pelayanan lalu lintas berita, uang, barang dengan memiliki jaringan pelayanan terbesar dan tersebar diseluruh pelosok tanah air. Di mulai dari awal yang sederhana dari 5 staf pada tahun 1998, PT. WAHANA Prestasi Logistik menetapkan diri sebagai salah satu dinamika Internasional Freight Forwarder dan jumlah penyedia logistik dengan jaringan yang efektif agen di luar negeri saat ini terletak dilokasi strategis di Asia Pasifik, Eropa dan Amerika Serikat Amerika. Keberhasilan

Wahana selama bertahun-tahun adalah bukti dari komitmen terhadap kualitas dan kemauan untuk bersaing secara agresif disetiap pasar di mana ada peluang bisnis.

Organisasi ini yang sangat diperlukan kehadirannya bagi masyarakat Indonesia, karena salah satu penyediaan sarana komunikasi bagi masyarakat terutama yang berhubungan dengan fasilitas yang digunakan masyarakat dalam menyelenggarakan barang dan jasa giro baik *domestik* atau *internasional* dengan berbiaya rendah.

Salah satu tantangan kompetitif di antara penyedia layanan jasa

di semakin sengit dengan munculnya E-commerce dengan bertambahnya jasa pengiriman baru. Akibatnya, perusahaan perlu lebih kompetitif dalam hal kepuasan pelayanan dan komunikasi pelanggan dalam menghadapi persaingan perusahaan. Dengan demikian, salah satu faktor yang mendukung kelancaran komunikasi adalah adanya berbagai teknologi di bidang komunikasi yang dapat digunakan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan citra perusahaan yang positif dan reputasi yang baik untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, terutama di era komunikasi saat ini.

2. KAJIAN LITERATUR

komponen komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh elemen eksternal lainnya menurut Gregory (2011) Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek (Kotler & Keller, 2013)

A. Kualitas Pelayanan

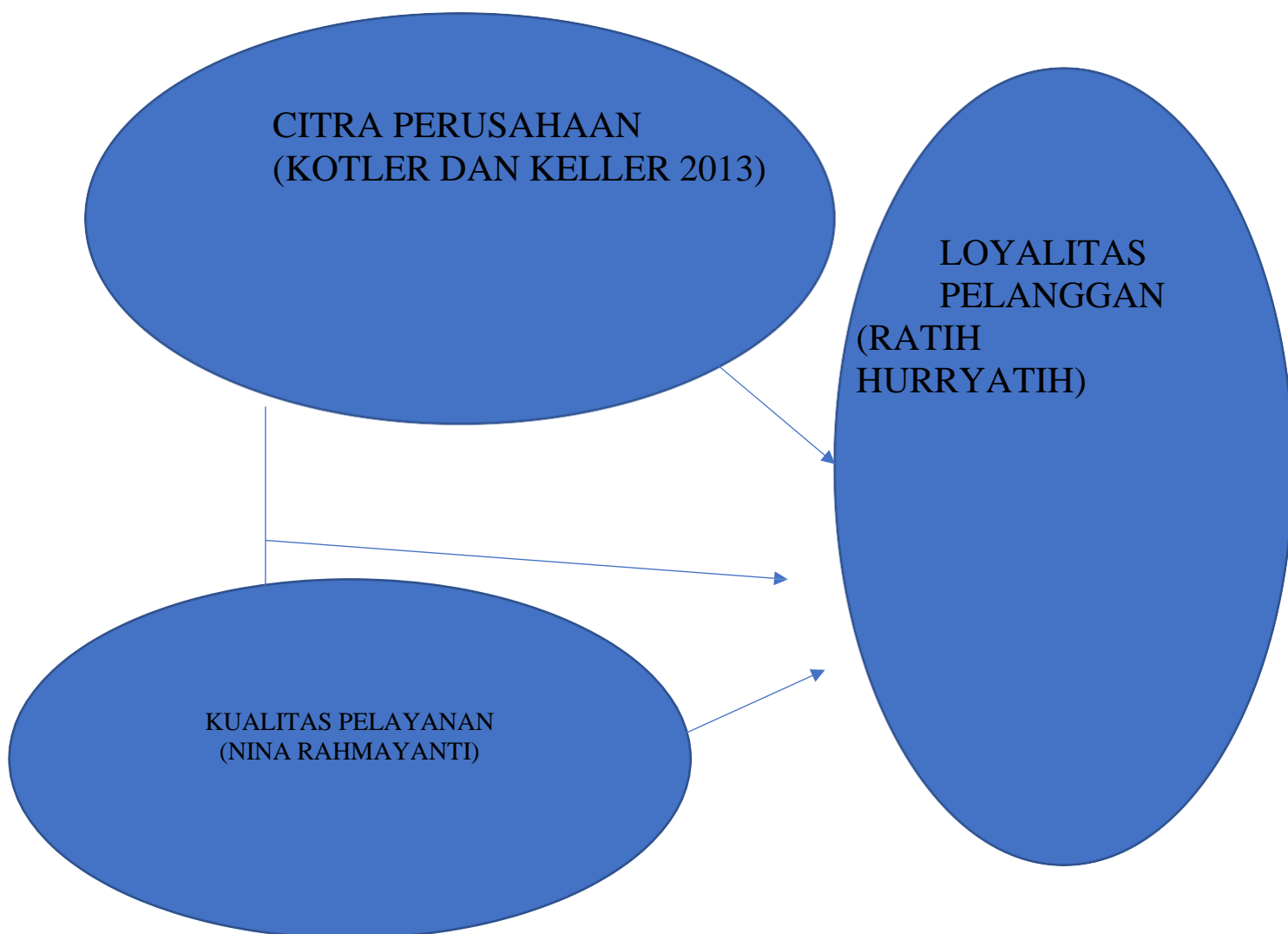
Chang dan Y- H (2014) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek jangka panjang dalam membentuk kepuasan pelanggan dan akan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Kualitas layanan bisa diwujudkan jika dengan cara mampu memenuhi kebutuhan dan apa yang diinginkan pelanggan serta dengan tepat mampu mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2011, p.180) Pengertian kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

B. Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2013) loyalitas pelanggan berasal dari pemenuhan harapan atau harapan konsumen, sedangkan ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman

pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, janji atau informasi dari pemasar atau pesaing, ada alasan untuk mengembangkan hubungan jangka Panjang dengan konsumen.

Kerangka pemikiran



C. METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan salah satu cara dalam memecahkan masalah yang ada disekitar, dan dilakukan oleh seseorang dikarenakan ketidak tahuan, dorongan untuk mengetahui sesuatu dan adanya masalah masalah yang perlu diselesaikan.

Didalam metode penelitian ada berbagai macam penelitian yang dapat digunakan untuk penelitian dalam bidang administrasi dan manajemen diantaranya adalah penelitian akademik. Namun jenis jenis penelitian dapat dikelompokan menurut tujuan, pendekatan, tingkat ekplanasi dan analisis dan jenis data. Didalam analisis dan jenis data dapat di kelompokkan menjadi tiga hal utama yaitu data kualitatif, kuantitatif dan gabungan. Menurut SAHYA ANGGARA (2015) bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang di pandu oleh hipotesis tertentu. Salah satu tujuan peneltian yang dilakukan untuk menguji hipotesis yang sudah di tentukan. Penelitian ini adalah kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistic serta menggambarkan adanya pengaruh antara variabel satu dengan variabel yang lainnya adalah citra perusahaan (x1) dan kualitas pelayanan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y)

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelit untuk dipelajari dan Tarik kesimpulan (sugiyono 2008:57) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan dijadikan sebagai data penelitian yang diambil dengan Teknik tertentu. Penarikan sampel perlu diakukan bila ukuran populasi yang akan diteliti terlalu besar. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan non probability, yaitu semua elemen dalam populasi yang tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sempel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini akan mendeskriptifkan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Analisisdeskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai nilai variabel penelitian. Analisis deskriptif ditunjukkan melalui data presentase. hasil nilai dari Cronbachalpha dari seluruh variable yang diujikan memiliki nilai yang lebih besar dari seluruh pada $>0,60$ maka dari itu keputusan dalam uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan setiap variable dalam kuesioner yang dibagikan mendapatkan hasil yang Reliabel dan konsisten.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

pengujian ini menggunakan hasil olahan data diuji heteroskedastisitas yang dapat dilihat nilai signifikansi variable citra perusahaan (X1) sebesar 0,982 dan nilai signifikansi variabel kualitas

pelayanan (X2) sebesar 0,514. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel pada penelitian terdahulu. Uji Hipotesis meliputi Regresi Linear Berganda, uji T dan uji F

1. UJI T

Dasar pengambilan keputusan Uji T : Jika nilai sig. < 0,05 atau thitung >

ttabel, maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai sig. > 0,05 atau thitung <

ttabel, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

A. Uji hipotesis pengaruh citra perusahaan (x1) terhadap loyalitas pelanggan [UJI T]

Berdasarkan tabel 4.42 penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk pengaruh X1 dan Y sebesar 0,305 dan nilai t hitung sebesar 0,559.

Dengan tingkat kesalahan 5% diperoleh nilai

t tabel ($t_{\frac{\alpha}{2}, KK+1, N} = t(0,05; 20) = 1,985$) maka

hipotesis ditolak jika

Sig. < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel. Hasil uji menunjukkan bahwa Sig. = 0,305 > 0,05 dan t hitung (0,559) < t tabel (1,985)

- a. maka keputusannya adalah hipotesis terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari citra perusahaan (x1) terhadap loyalitas pelanggan.

b. Uji hipotesis pengaruh kualitas pelayanan (x2) terhadap loyalitas pelanggan [UJI T]

Diperoleh nilai Sig. untuk pengaruh X1 dan Y sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 5,984. Dengan tingkat kesalahan 5% diperoleh nilai t tabel ($t_{\frac{\alpha}{2}, KK+1, N} =$

$t(0,05; 20) = 1,985$) maka hipotesis ditolak jika Sig. < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel. Hasil uji menunjukkan bahwa Sig. = 0,000 < 0,05 dan t hitung (5,984) > t tabel (1,985) maka keputusannya adalah hipotesis terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan (x2) terhadap loyalitas pelanggan

B. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana

Logistik cabang SumurBatu.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana Logistik cabang Sumur Batu dan Dapat dilihat bahwa thitung sebesar 0,599

.,< 1,985 yang menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha ditolak.

Nilai signifikansi pada variabel Citra Perusahaan menandakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari Variabel

₁ Citra Perusahaan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyaitas Pelanggan pada PT Wahana Logistik Sumur Batu

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana Sumur Batu. Dapat dilihat bahwa thitung sebesar 5,984 > 1,985,yang menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

Nilai signifikansi pada variabel Kualitas menandakan bahwa terdapat pengaruh pada variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sarini Kodu dengan judul penelitian Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan sehingga dapat dikatakan terjadi hubungan mediasi dalam penelitian ini

.Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana Logitsik cabang Sumur Batu

Berdasarkan hasil uji F simultan diketahui fhitung sebesar 154,317 dan ftabel sebesar 3,091 Maka hipotesis diterima. Dan dilihat dari nilai signifikansi pada tabel hasil uji F simultan sebesar 0,00 < 0,05. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayananmemiliki pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana Logistik cabang Sumur Batu. Maka bisa disimpulkan berdasarkan rumusan masalah, kajian Pustaka dan hasil analisis dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil uji T diperoleh hasil bahwa tidak adanya pengaruh secara signifikan pada variabel Citra Perusahaan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana Logistik Cabang Sumur Batu.
2. Berdasarkan dari hasil uji T diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana Logistik cabang Sumur Batu.
3. Berdasarkan hasil uji T diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Citra Perusahaan dan Kualitas pelayanan secara bersama sama terhadap variabel Loyalitas Pelanggan pada PT Wahana cabang Sumur Batu.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, Adapun beberapa saran yang dapat di berikan oleh peneliti adalah sebagai berikut: Bagi Perusahaan PT Wahana Logistik Cabang Sumur Batu.

- a. Diharapkan lebih mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggannya, karena terdapat responden yang memberikan nilai yang negatif terhadap PT Wahana Cabang Sumur Batu. Karena hal tersebut memiliki pengaruh terhadap Citra perusahaan dan Loyalitas Pelanggan.
- b. Hendaknya mempertahankan Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik dari segi fasilitas maupun karyawan agar dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan agar merasa puas dan tidak kecewa.

Daftar Pustaka

- Griffin, Ricky W (2017). Pada buku *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*
- Irham Fahmi (2015) pada buku *Ilmu Administrasi Bisnis*
ALFABETA
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Hurriyati, Ratih. 2015 “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”. Bandung
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mikael Hang Suryono, SE, MM (2016) *system Operasional Manajemen Distribusi* – Gramedia Widiasara Indonesia
- Chou, P.-F., Lu, C.-S., & Chang, Y.-H. (2014) pada buku yang berjudul “*Effects of Service Quality and customer*”
- Tjiptono & Chandra “*Service, Quality and Satisfaction*” edisi 3 (2011 hal 180) Lewis & Booms yang dimuat dalam buku karangan Tjiptono & Chandra: Lewis & Booms 2011: 180). *merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran ... harapan pelanggannya secara konsisten.*”
- Rahmayanty, Nina. 2012. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu. Yogyakarta.