

PENGARUH KUALITAS JASA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. INDAH LOGISTIK CARGO BANTAR GEBANG

Abdullah Safei

Abstrak

Menghadapi era yang penuh dengan ketidakpastian, seperti yang saat terjadi, menuntut seluruh entitas bisnis untuk menelurkan kreativitas yang tinggi, agar organisasi tetap dapat terus relevan dengan perkembangan yang terjadi. Tidak terkecuali di industri jasa kurir. Persaingan yang semakin sengit dan berdarah-darah, ditambah dengan kemunculan kompetitor bak cendawan dimusim hujan, menuntut perusahaan yang bergerak di industri tersebut untuk selalu berinovasi dalam rangka memotivasi karyawannya agar terjadi peningkatan kualitas layanan demi kepuasan pelanggan. Tak terkecuali dengan apa yang dialami oleh PT. Indah Logistik Cargo. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri jasa kurir, tentunya PT. Indah Logistik Cargo harus mengutamakan kepuasan pelanggan, dengan cara terus menerus meotivasi karyawannya, supaya bekerja secara optimal dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa dan motivasi kerja terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan *incidental sampling* sebanyak 77 responden yang merupakan pelanggan PT Indah Logistik Cargo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa (X1), motivasi kerja (X2), serta kualitas jasa (X1) dan motivasi kerja (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan koefisien determinan (R^2) sebesar 77,3%.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, kualitas jasa, logistik, motivasi kerja

Abstract

Facing an era full of uncertainty, as it happened, requires all business entities to generate high creativity, so that the organization can continue to be relevant to the developments that occur. The courier service industry is no exception. The increasingly fierce and bloody competition, coupled with the emergence of competitors like mushrooms in the rainy season, requires companies engaged in the industry to always innovate in order to motivate their employees to improve service quality for customer satisfaction. No exception to what was experienced by PT. Indah Logistik Cargo. As a company engaged in the courier service industry, of course PT. Indah Logistik Cargo must prioritize customer satisfaction, by continuously motivating its employees to work optimally with the aim of improving the quality of services provided. This study aims to determine the effect of service quality and work motivation on customer satisfaction. This research method is quantitative descriptive analysis using incidental sampling as many as 77 respondents who are customers of PT Indah Logistik Cargo. The results of this study indicate that service quality (X1), work motivation (X2), and service quality (X1) and work motivation (X2) simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) with a determinant coefficient (R^2) of 77, 3%.

Keywords: consumer satisfaction, service quality, work motivation

PENDAHULUAN

Era disrupsi yang penuh dengan ketidakpastian (VUCA) seperti yang saat ini sedang terjadi, memaksa organisasi untuk selalu melakukan terobosan-terobosan, agar tetap dapat survive dan relevan dengan perkembangan yang saat ini sedang terjadi. Volatilitas yang tinggi, ketidakpastian yang terjadi disana-sini, kekompleksitasan yang melanda diseluruh aspek, serta ambiguitas yang terjadi, menuntut perusahaan untuk selalu mempersiapkan diri, menghadapi kompetisi yang semakin hari, semakin sulit untuk diprediksi.

Demikian halnya yang terjadi di industri jasa kurir. Dimana saat ini, kompetisi yang terjadi sudah semakin ketat dan sengit. Pesaing muncul tiada henti, seperti jamur yang tumbuh di musim hujan. Perusahaan yang ikut memperebutkan "kue" di industri jasa kurir, tidak hanya muncul dari perusahaan yang berasal dari dalam negeri, bahkan perusahaan dari luar negeri pun turut serta untuk ikut bersaing memperebutkan pangsa pasar didalam negeri, yang memang sangat menggiurkan. Bahkan saat ini, pesaing organisasi yang sedang memperebutkan konsumen di industri jasa kurir, tidak saja datang dari perusahaan sejenis, tetapi juga datang dari perusahaan-perusahaan yang berada diluar industri jasa kurir, seperti perusahaan otobus, kereta api, bahkan maskapai penerbangan pun saat ini telah memiliki divisi yang khusus bergerak di jasa pengiriman.

Dengan persaingan yang semakin sengit, hal tersebut menuntut seluruh perusahaan yang ada, untuk lebih serius, meningkatkan layanan yang diberikannya, dalam rangka mempertahankan dan memuaskan pelanggannya. Karena konsumen yang puas akan menyebarluaskan pengalaman positifnya kepada konsumen lainnya. Sebaliknya konsumen yang kecewa akan menyebarluaskan pengalaman buruknya tersebut kepada lebih banyak orang, dimana hal tersebut, dapat berdampak buruk terhadap reputasi perusahaan secara keseluruhan.

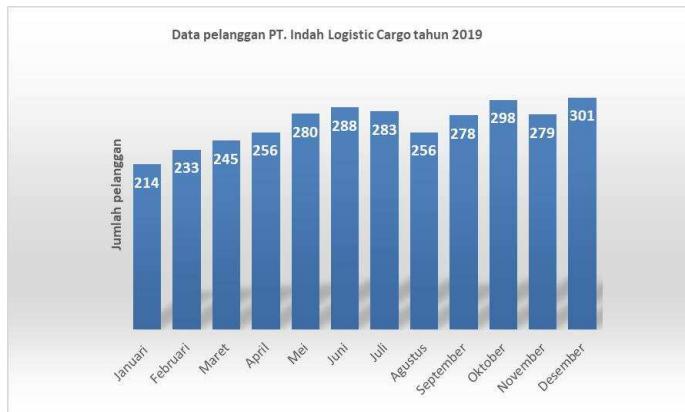
Untuk itu, hal yang paling esensi yang harus diperhatikan oleh organisasi adalah masalah kualitas pelayanan kepada pelanggan, agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan memenangkan kompetisi. Pimpinan perusahaan dalam hal ini manajemen, harus tahu hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Pelanggan semakin kritis dan pintar dalam memilih produk yang ingin dikonsumsinya. Hal ini memaksa organisasi untuk lebih sigap dalam memberikan layanan jasa yang cepat dan efektif. Tentunya perkembangan teknologi yang semakin pesat menantang perusahaan untuk menganalisis permintaan dan kebutuhan pelanggan dimasa mendatang. Akan tetapi dalam kenyataannya tidaklah mudah untuk mempertahankan pelanggan dalam wujud memberikan peyanan yang sesuai dengan harapan mereka. Kualitas jasa yaitu adanya kesenjangan antara harapan pelanggan pada pelayanan dan persepsi pelanggan oleh kinerja pelayanan. Kualitas jasa yaitu salah satu hal utama mengenai bauran pemasaran yang memberikan dampak pada pelanggan selain harga, nilai, permintaan dan kepuasan.

PT. Indah Logistik Cargo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri jasa kurir. Persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan jasa pengiriman barang

lainnya mengakibatkan adanya upaya yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu dengan menitikberatkan pada kualitas pelayanan.

Kemudian adanya ikatan antara perusahaan dengan setiap pelanggannya menjadi sangat penting. Hal ini ditunjukkan dengan mempertahankan pelanggan yang ada (loyal) dan menjaga pelanggan tersebut untuk tetap loyal atau tidak beralih ke jasa pengiriman lainnya.



Gambar 1. Data Pelanggan PT Indah Logistik Cargo
Sumber : PT Indah Logistik Cargo 2019

Berdasarkan Gambar diatas, pelanggan PT. Indah Logistik Cargo cenderung mengalami peningkatan setiap bulannya. Maka dari itu, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek pemasaran seperti keterjangkauan harga dan aktivitas promosi yang efisien yang berperan dalam meningkatkan jumlah pelanggan baru serta customer service yang senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar jumlah pelanggan PT. Indah Logistik Cargo semakin bertambah dan konsumen mendapatkan rasa puas dari pelayanan PT. Indah Logistik Cargo. Oleh sebab itu, tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kualitas jasa yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan pelanggan, serta mengetahui pengaruh kualitas jasa dan motivasi kerja secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Jasa

Kualitas merupakan berbagai fitur atau layanan dan karakteristik yang dimiliki oleh produk dengan keunggulan yang dimiliki sehingga dapat memberikan kepuasan atas pemenuhan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), menerangkan bahwa kualitas dianggap sebagai ciri dan karakteristik secara menyeluruh pada produk yang dapat mendukung dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Didalam konsep kualitas terdapat quality trilogy, diantaranya:

- a. *Quality Planning* (Perencanaan Kualitas).
Yaitu proses dalam merencanakan atau menyiapkan kualitas yang sesuai dengan tujuan. Proses ini ditandai oleh identifikasi pelanggan dan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kemudian dikembangkan.
- b. *Quality Control* (Kontrol Kualitas).
Yaitu proses peninjauan dan pengendalian selama operasi berlangsung untuk mencapai tujuan. Pada kontrol kualitas terdapat lima tahapan, yaitu:
 1. Menentukan proses yang harus dikontrol.
 2. Menentukan bagian-bagian pengukuran.
 3. Menetapkan pedoman atau standar dari kinerja.
 4. Melakukan pengukuran kinerja.
 5. Melakukan evaluasi dengan membandingkan kinerja yang telah dilakukan dengan standar kinerja yang telah ditetapkan.
- c. *Quality Improvement* (Perbaikan Kualitas).
Yaitu proses perbaikan terhadap kualitas agar meraih tingkat pencapaian atau kinerja yang lebih baik dari sebelumnya.

Menurut Taguchi (Munjiati Munawaroh 2015), menerangkan bahwa kualitas dapat dikatakan sebagai *loss to society* yaitu jika terdapat penyimpangan atas target, maka hal ini menunjukkan fungsi dari berkurangnya kualitas. Strategi yang dilakukan Taguchi sebagai upaya untuk fokus pada proses meningkatkan efisiensi desain eksperimental dan memberikan pedoman spesifik dalam mempertimbangkan aspek biaya, khususnya dalam industri jasa.

Motivasi Kerja

Omollo dan Oloko (2015) menjelaskan mengenai motivasi sebagai kunci dari organisasi yang sukses dalam menjaga kelangsungan pekerjaan organisasi dengan cara dan bantuan yang kuat untuk bertahan. Pada Maduka dan Okafor (2014), motivasi yaitu suatu proses peningkatan perilaku, mempertahankan kemajuan perilaku, dan mengarahkan perilaku pada tindakan yang spesifik. Dapat juga dikatakan sebagai motif yang menggambarkan adanya kebutuhan atau keinginan yang dapat memberikan dorongan bagi karyawan untuk segera bertindak.

Motivasi juga didefinisikan sebagai proses yang diawali dari kebutuhan dalam diri individu yang kemudian menciptakan kekosongan dalam dirinya (Maduka dan Okafor (2014). Motivasi kerja dapat juga diartikan sebagai kekuatan baik yang muncul dari dalam atau luar diri individu yang dapat memberikan dorongan untuk memulai perilaku kerja, sesuai dengan peraturan, arahan, intensitas dan jangka waktu yang telah ditentukan (Pinder, 2013)

Menurut (Kadarisman, 2012). Motivasi adalah penggerak atau pendorong dalam diri seseorang untuk mau berperilaku dan bekerja dengan giat dan baik sesuai dengan tugas dan kewajiban yang telah diberikan kepadanya. Motivasi kerja yaitu suatu kebutuhan mendasar bagi individu dan adanya incentif dalam memenuhi kebutuhan mendasar tersebut sehingga akan berdampak pada pencapaian atau kesuksesan suatu kegiatan. Sebagai contoh, seorang karyawan dengan motivasi kerja tinggi cenderung memiliki usaha yang lebih dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan definisi umum, motivasi disebut sebagai kebutuhan yang dapat mendorong suatu perbuatan kearah tujuan tertentu. Kemudian motivasi kerja lebih kepada suatu hal yang dapat menimbulkan semangat atau dorongan dalam bekerja. Maka dari itu, motivasi kerja dalam psikologi kerja biasa dikenal sebagai pendorong semangat kerja. Tingkatan kekuatan motivasi kerja dari seorang individu dapat berdampak pada besar kecil suatu prestasi individu tersebut.

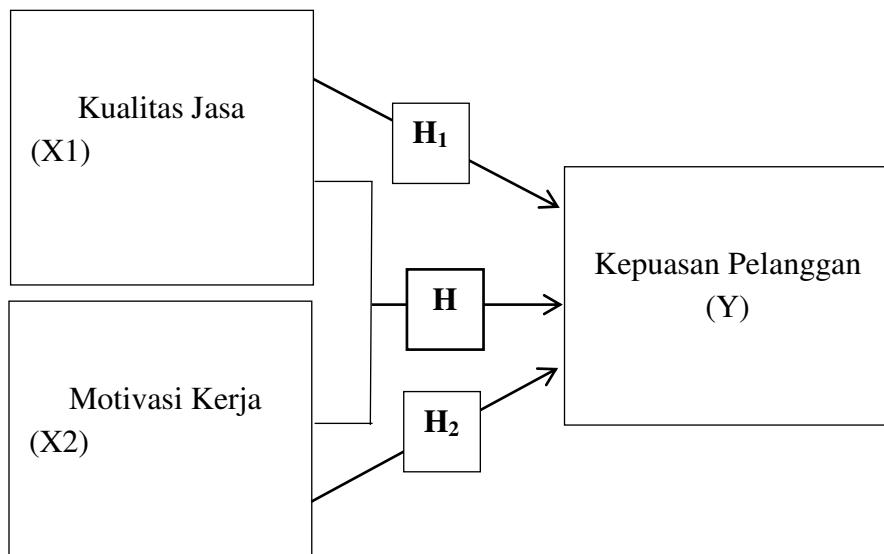
Banyak peneliti yang telah membahas mengenai teori motivasi. Adapun pemberian tugas atau pekerjaan pada individu atau tim telah menunjukkan pengaruh pada berbagai aspek kinerja suatu organisasi. Berdasarkan pendapat dari para ahli, menjelaskan bahwa motivasi kerja merupakan suatu proses kebutuhan yang mendorong individu untuk melakukan kegiatan atau pekerjaan yang mengarah pada pencapaian tujuan tertentu dan dapat memenuhi beberapa kebutuhan. Kemudian kuat lemahnya motivasi kerja setiap individu akan berdampak pada penentuan besar kecilnya perolehan prestasi kerja.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memberikan kontribusi yang cukup besar pada sejumlah aspek utama didalam aktivitas pemasaran, seperti menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Berdasarkan Tjiptono dan Chandra (2011), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dari individu yang muncul setelah memberikan penilaian atau persepsi atas kinerja suatu produk sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Oleh sebab itu, pelanggan sulit mencapai rasa puas, jika pelanggan memiliki persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Begitu pula sebaliknya, pelanggan akan mencapai rasa puas, jika pelanggan memiliki persepsi yang hampir sama atau lebih dari harapan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan memberikan suatu persepsi dan bukan suatu hal yang aktual. Artinya, suatu produk memiliki potensi untuk dapat memenuhi harapan setiap pelanggan tetapi hasil persepsi pelanggan tidak akan sama dengan yang diinginkan oleh produsen. Hal ini dapat terjadi karena terdapat kesenjangan (*gap*) dalam komunikasi pemasaran.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil akumulasi yang dirasakan oleh pelanggan pada saat menggunakan produk. Oleh sebab itu, setiap pengalaman baru yang dialami setiap pelanggan akan memberikan dampak pada tingkatan kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Perumusan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan refensi teori-teori pada bagian sebelumnya berikut rumusan masalahnya, diantaranya:

- Ha₁: Terdapat pengaruh positif kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan.
- Ha₂: Terdapat pengaruh positif motivasi kerja terhadap kepuasan pelanggan.
- Ha₃: Terdapat pengaruh positif kualitas jasa dan motivasi kerja secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (Independent Variabel) Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini kualitas jasa dan motivasi kerja.
2. Variabel Terikat (Dependent Variabel) terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja.

METODE PENELITIAN

Ada berbagai jenis metode penelitian yang dapat digunakan dalam penelitian. Dalam peneliti ini menggunakan jenis peneliti kasual komparatif (casual comparative research) merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat variabel atau lebih. Dalam peneliti ini melakukan pengamatan terhadap konsekuensi-konsekuensi yang timbul dan menelusuri kembali fakta secara masuk akal sebagai faktor-faktor penyebabnya. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian ex post facto yaitu penelitian terhadap data yang dimumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa. Penelitian ini dapat mengidentifikasi fakta dan peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel devenden) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel indevenden).

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pelanggan PT. Indah Logistik Cargo pada April – Juli 2020 yaitu 769 pelanggan. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul representatif (mewakili). Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan statistik dan pengolahannya dengan Aplikasi SPSS (Statistical Package For Social Science). Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat

A : Konstan

b_1, b_2 : Koefisian regresi

X_1, X_2 : Variabel terikat

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas dari variabel independent yang meliputi kualitas jasa (X_1) dan motivasi kerja (X_2), variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan (Y) dapat diketahui bahwa instrumen yang diuji adalah valid. Karena nilai signifikan r tabel lebih besar dari nilai r hitung. Nilai cronbach's alpha untuk variabel independent yaitu kualitas jasa (1) sebesar 0.781, motivasi kerja (X_2) sebesar 0.719, dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.782. Nilai dari ketiga variabel tersebut di atas 0,60 maka instrumen penelitian yang digunakan tersebut reliable.

Analisa Koefisien Determinasi

Besarnya kontribusi variabel kualitas jasa (X_1) dan motivasi kerja (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (adalah hasil pengkuadratan dari koefisien korelasi dikali 100%) atau R Square. Dari tabel koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0.778 atau 77,8% artinya variabel kualitas jasa (X_1) dan motivasi kerja (X_2) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 77,8% dan sisanya sebesar 22,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Analisa Regresi Berganda

Diperoleh suatu persamaan regresi berikut:

$$Y = 0,400 + 0,304 X_1 + 0,424 X_2$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diartikan:

1. Konstanta = 0,400
Jika variable kualitas pelayanan dan harga diasumsikan tetap maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,400.
2. Koefisien kualitas jasa (X_1)
Nilai dalam koefisien dalam kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,304, artinya bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti terjadi kenaikan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,304 dan jika terjadi penurunan 1 skor maka akan diikuti penurunan sebesar 0,304.
3. Koefisien motivasi kerja (X_2)
Nilai dalam koefisien dalam harga (X_2) sebesar 0,424, artinya bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti terjadi kenaikan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,424 dan jika terjadi penurunan 1 skor maka akan diikuti penurunan sebesar 0,424.

Uji Hipotesis

Nilai t hitung variabel kualitas jasa (X_1) lebih besar dari pada nilai t tabel ($4,306 < 1,665$) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,00 maka dapat disimpulkan bahwa. Variabel kualitas jasa (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel motivasi kerja (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai t tabel ($4,097 < 1,665$) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,000. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Uji Signifikan F

Dari nilai berikut dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} (129,601) > F_{tabel} (3,12) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas jasa (X_1) dan motivasi kerja (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada hasil uji T atau uji parsial menjelaskan variabel pada Kualitas Jasa (X_1), adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dikarenakan hasil yang diperoleh lebih kecil dari tarafnya 0,05 dengan nilai yang diperoleh yaitu $0,00 > 0,05$ bahwa dapat disimpulkan kualitas jasa sangat penting dalam kepuasan pelanggan. Variabel pada Motivasi Kerja (X_2) ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dikarenakan hasil yang diperoleh lebih kecil dari tarafnya 0,05 dengan nilai yang diperoleh $0,00 > 0,05$ dapat disimpulkan motivasi kerja sangat penting dalam kepuasan pelanggan.
2. Pada hasil uji F atau uji serempak menunjukkan variabel bebas yaitu Kualitas Jasa (X_1) dan Motivasi Kerja (X_2) secara serempak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dan dengan nilai koefisien determinan (R^2) 77,8% dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi kuat oleh Kualitas Jasa dan Motivasi Kerja sebesar 77,8% sedangkan sisanya 22,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta sebesar 0,400 dapat diartikan jika Kualitas Jasa (X_1) dan Motivasi Kerja (X_2) nilai adalah 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya adalah 0,400 dan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variable bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan yaitu variable motivasi kerja.

Terdapat beberapa saran bagi manajemen dalam rangka meningkatkan *trust* konsumen, seyogyanya tatkala shipper akan mengirimkan barangnya, perlu adanya informasi secara detail tentang ketentuan-ketentuan yang berlaku di PT. Indah Logistik Cargo. Dengan adanya infomasi detail mengenai ketentuan-ketentuan yang berlaku, maka konsumen dapat mempersiapkan segala sesuatunya, sebelum mengantarkan barangnya untuk dikirim melalui PT. Indah Logistik Cargo. Dengan hal tersebut, maka terbuka kemungkinan untuk meraih konsumen lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadarisman, M. (2012). *Manajemen Kompensasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P dan Keller, KL. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersy: Pearson Education.
- Maduka, CE. dan Okafor, O. (2014). Effect of motivation on employee productivity: A study of manufacturing companies in Nnewi. *International Journal of Managerial Studies and Research*. 2(7):137-147.
- Munawaroh, M. (2005). Analisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pada industri pendidikan di Yogyakarta. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Omollo, PA. dan Oloko, MA. (2015). Effect of motivation on employee performance of commercial banks in Kenya: A case study of Kenya Commercial Bank in Migori County. *International journal of human resource studies*. 5(2):87-103.
- Pinder, (2013). Work motivation: Theory, Issues and Applications. Illinois: Scoff, Foresmen.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taguchi, G. (1987). System of Experimental Design (Vol.1-2). UNIPUB/Kraus International Publications, White Plains, N.Y.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi.