

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS PENGGUNA KERETA API EKONOMI MAHARANI  
SURABAYA PASAR TURI – SEMARANG PONCOL PT. KERETA API  
DAERAH OPERASI VIII SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**Rizal Muttaqin**

**NIM : 20121221002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS PENGGUNA KERETA API EKONOMI MAHARANI  
SURABAYA PASAR TURI – SEMARANG PONCOL PT. KERETA API  
DAERAH OPERASI VIII SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi  
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi



Oleh

**Rizal Muttaqin**

**NIM : 20121221002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2016**

## **PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizal Muttaqin

NIM : 20121221002

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 15 Agustus 2016

Yang membuat pernyataan,

Rizal Muttaqin

NIM: 20121221002

Persetujuan Untuk Ujian Skripsi

PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS PENGGUNA KERETA API EKONOMI MAHARANI  
SURABAYA PASAR TURI – SEMARANG PONCOL PT. KERETA API  
DAERAH OPERASI VIII SURABAYA

Oleh:

Rizal Muttaqin

NIM: 20121221002

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 15 Agustus 2016

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Didin Fatihudin, SE, M.Si

Ratri Amelia Aisyah, SM, M.SM

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen

Anita Roosmawarni, SE, M.SE

## **PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan komisi penguji.

Judul: Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas  
Pengguna Kereta Api Ekonomi Maharani Surabaya Pasar Turi – Semarang Poncol  
PT. Kereta Api Daerah Operasi VIII Surabaya

Nama: Rizal Muttaqin  
NIM: 20121221002  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Senin / 22 Agustus 2016

Pukul 15.39 sampai dengan 17.00 WIB

Komisi penguji terdiri dari :

Ketua penguji :

Dr. Didin Fatihudin, SE, M.Si

Anggota

Anggota

Ratri Amelia Aisyah, SM, M.SM

Dr. H. M. Anang Firmansyah, MM

Mengetahui,

Dekan fakultas Ekonomi

Kaprodi Manajemen

Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA

Anita Roosmawarni, SE, M.SE

## **MOTTO**

Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia (HR.  
Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni)

Sederhanakan sesuatu hal yang dianggap sulit jangan sebaliknya

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas pengguna kereta api ekonomi maharani Surabaya Pasar Turi – Semarang Poncol PT. Kereta Api Daerah Operasi VIII Surabaya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini. Dalam penyusunan Skripsi ini berjalan sebagaimana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE, M.SE selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

4. Dr. Didin Fatihudin, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan segenap kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, memberikan informasi, saran, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Ratri Amelia Aisyah, SM, M.SM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan bimbingan serta segenap kesabaran dan perhatian hingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. M. Anang Firmansyah, MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan, masukan dalam skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
8. Keluarga tercinta ibunda Zubaidatin ayah M. Khudori dan adiku Miftakhul Akhyar kemudahan dalam perjalanan ini adalah berkat doa dari kalian, semangat ini ada ketika mengingat harapan kalian, kebahagiaan ini ada karena keikhlasan dan ketulusan kalian. Terima kasih untuk semua dukungan moril dan materiil, juga jasa yang takkan terbalaskan, cinta dan sayang yang sangat berharga.
9. Teristimewa buat Anis Rachmawati yang selalu menjadi “kompor” di saat “esnya membeku”.
10. Terima kasih untuk dosen “pembimbing III” ibu kristin yang bersedia meluangkan waktunya dengan senang hati berdiskusi mengenai SEM AMOS.



11. Terima kasih semua teman Manajemen pagi telah memberi cerita tersendiri dalam perjalanan hidup ini.
12. Kepala Daop VIII Surabaya Pasar Turi beserta karyawan yang telah memberikan kesempatan, data, dan ijin untuk menjadi objek dalam penelitian ini.
13. Semua teman-teman dan sahabat yang telah membantu, terima kasih untuk doa dan bantuannya.

Semoga Allah selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan masih jauh dari sempurna dalam Skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 15 Agustus 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	16
1. Pemasaran.....	16
2. Pemasaran Jasa.....	17
3. Kualitas Layanan.....	18
4. Kualitas Layanan Online .....	20
5. Kepuasan Pelanggan .....	22
6. Loyalitas Pelanggan .....	24
B. Hubungan Antar Variabel .....	26
1. Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan .....	26
2. Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Loyalitas .....	29
3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas .....	30
4. Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan.....	31
C. Penelitian Terdahulu .....	33
D. Kerangka Konseptual.....	35
E. Hipotesis .....	35
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian .....	36

B. Identifikasi Variabel.....	36
C. Definisi Operasional.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Populasi dan Sampel.....	43
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	46
G. Teknik Pengolahan Data.....	48
H. Analisis Data.....	49

#### BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek penelitian.....	54
1. Gambaran Umum PT Kereta Api Indonesia.....	54
2. Gambaran Umum Kereta Api Maharani.....	57
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
1. Uji validitas.....	62
2. Uji Reliabilitas.....	65
D. Deskripsi Jawaban Responden Tiap Variabel.....	67
1. Kualitas Layanan Online.....	67
2. Kepuasan.....	74
3. Loyalitas.....	77
E. Analisis Model.....	79
1. <i>Measurement Model</i> .....	79
2. Uji validitas Konvergen.....	82
3. Analisis <i>struktural equation modelling</i> (SEM).....	87
F. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	89
1. Uji <i>Regression Weights</i> Struktural.....	89
2. Pembahasan Hipotesis.....	94

#### BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA.....	103
---------------------	-----

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
1.1 Produk Domestik Bruto .....	3
1.2 Proyeksi Pertumbuhan PDB Sektor Transportasi GDP ( <i>Growth in Transportation Sector</i> ) dalam persen.....	5
2.1 Karakteristik jasa dan implikasi manajemen.....	18
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan KA Maharani.....	61
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Memesan Tiket KA Maharani Secara Online .....	61
4.6 Uji Validitas Internal pada Tahap I.....	63
4.7 Uji Validitas Internal pada Tahap I.....	64
4.8 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	66
4.9 Uji Reliabilitas Penelitian.....	66
4.10 Deskripsi Jawaban Responden untuk Kualitas Layanan Online.....	67
4.11 Deskripsi Jawaban Responden untuk Kepuasan .....	74
4.12 Deskripsi Jawaban Responden untuk Loyalitas .....	77
4.13 Uji Kesesuaian pada <i>Measurement Model</i> Tahap I.....	82
4.14 Hasil Uji Validitas Konvergen <i>Measurement Model</i> Tahap I.....	83
4.15 Hasil Uji Validitas Konvergen <i>Measurement Model</i> Tahap I.....	84
4.16 Uji kesesuaian pada <i>Measurement Model</i> Tahap II.....	86
4.17 Hasil Uji Validitas Konvergen <i>Measurement Model</i> Tahap II.....	87
4.18 Uji Kesesuaian pada Struktural Model.....	89
4.19 <i>Regression Weights</i> Struktural.....	90
4.20 <i>Regression Weights</i> .....	93

## DAFTAR GAMBAR

<b>No. Gambar</b>	<b>Hal</b>
2.1 Kerangka Konseptual.....	2
4.1 <i>Measurement Model Fit I</i> .....	81
4.2 <i>Measurement Model Fit II</i> .....	85
4.3 Struktural Model Fit .....	88
4.4 Model Pengaruh Langsung.....	91
4.5 Model Pengaruh Tidak Langsung .....	92

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, K. (2011). Online Service Quality dan Customer Satisfaction: A case study of Bank Islam Malaysia Berhad. *MPRA Paper No. 30782*, posted 22. September, 1-21.
- Akbar, S., Som, A. P., dan Wadood, F. (2010). Revitalization of Service Quality to Gain Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business and Management Vol. 5, No. 6 June* , 113-123.
- Alba, J. W., dan dan Hutchinson, J. W. (2007). Dimensions of Consumer Expertise. *The Journal of Consumer Research, Vol. 13, No. 4* , 411-454.
- Alpar, P. (2001). Satisfaction with a Web Site Its Measurement, Factors, dan Correlates. *Working paper Philipps-Universität Marburg No. 99* , 1-20.
- Anderson, E. W., Fornell, C., dan Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden. *Journal of Marketing Volume 58* , 53-66.
- Anderson, R. E., dan Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology & Marketing, Vol. 20, No.2, February* , 123-138.
- Annual Report (2014). *Tinjauan Industri*. <http://kereta-api.co.id>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- \_\_\_\_\_ (2014). *Sekilas Perusahaan*. <http://kereta-api.co.id>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- Ariff, M. S., Yun, L. O., Zakuan, N., dan Ismail, K. (2013). The Impacts of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Internet Banking. *Procedia - Social and Behavioral Sciences Vol. 81* , 469-473.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia (PUSKAKOM UI). (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Azwar, S. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kominfo. (2014). *Buku Saku data dan Tren TIK 2014*. Jakarta: Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2016). *Pengertian pendapatan nasional*. <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/11>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- \_\_\_\_\_ (2015). *Profil Ekonomi 2015*. <http://www.kemendag.go.id>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- Buzzell, Richard dan Bradley Gale. (1987). *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance*. New York: Free Press.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction . *European Journal of Marketing Vol. 36 No. 7/8* , 811-828.

- Chang, H.-H., dan Wang, H.-W. (2011). The moderating effect of customer perceived value on online shopping behaviour. *Online Information Review Vol. 35 No. 3*, 333–359
- Chinomona, R., Masinge, G., dan Sandada, M. (2014). The Influence of E-Service Quality on Customer Perceived Value, Customer Satisfaction and Loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences Vol 5 No 9 May*, 331-342.
- Cristobal, E., Guinaliu, M., dan Flavian, C. (2007). Perceived e-service Quality (PeSQ) Measurement Validation and Effect on Consumer Satisfaction and Web Site Loyalty. *Managing Service Quality Vol. 17 No.3*, 317-340.
- Cronin, J.J. Jr dan Taylor, S.A. (1992), “Measuring service quality: a reexamination and extension”, *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K.K., dan Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: an empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management, Forthcoming issue, Vol. 30 No. 4*, 289-300
- Du, Y., dan Tang, Y. (2014). A Literature Review on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Business and Management Research Vol. 3, No. 3*, 27-34.
- Elitan, Lena. (1999). *Membangun Loyalitas melalui Customer Satisfaction dan Customer Oriented*. Kompas.
- Elkhani, N., Soltani, S., dan Jamshidi, M. H. (2014). Examining a hybrid model for e-satisfaction and e-loyalty to e-ticketing on airline websites. *Journal of Air Transport Management Vol. 37*, 36-44.
- Fatihudin, D. (2012). *Metode penelitian untuk ilmu ekonomi, manajemen dan akuntansi dari teori ke praktik*. Surabaya: Penerbit PPs UMSurabaya.
- Ferdinand, A. (2002). *Ferdinand, A. 2002. Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- File K. M. dan Prince, R. A. (1992). Positive Word-of-Mouth: Customer Satisfaction and Buying Behaviour. *International Journal of Banking Marketing*, Vol. 10 No.1, 25–29.
- Ghozali, I. (2008). *Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 16.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gremler, D. D. (1995). *The effect of satisfaction, switching costs, and interpersonal bonds on service loyalty*. Unpublished doctoral dissertation, Arizona State University, Tucson, Arizona.
- Gremler, D.D. dan Brown, S.W. (1996). Service loyalty: its nature, importance, and implications, in Edvardsson, B., Brown, S.W., Johnston, R. and Scheuing, E. (Eds), *QUIS V: Advancing Service Quality: A Global Perspective*, International Service Quality Association, New York, NY, 171-80.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management dan Marketing: Managing the Moments of truth in service competition*. New York: Lexington Books.

- Gummerus, J., Liljander, V., Riel, A. V., dan Pura, M. (2004). Customer loyalty to content-based Web sites: The case of an online health-care service. *Journal of Services Marketing Volume 18 · Number 3* , 175-186.
- Hair, J. F., Jr., R. E., Anderson, R. L., & Tatham, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Hair, J.F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS*. Yogyakarta: BPFE.
- Hox, J., & Bechger, T. (1998). An Introduction to Structural Equation Modeling. *Family Science Review vol. 11* , 354-373.
- Hsu, S.-H. (2008). Developing an index for online customer satisfaction: Adaptation of American Customer Satisfaction Index. *Expert Systems with Applications Vol. 34* , 3033–3042.
- HU, L., Bentler, P., & Kano, Y. (1992). Can Test Statistics in Covariance Structure Analysis be trusted? *Psychological Bulletin Vol. 112* , 351-362.
- Iacobucci, D., Grayson, K., dan Ostrom, A. (1994). Customer Satisfaction Fables. *Sloan management review* , 93-96.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (1999). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Jin, B., Park, J. Y., dan Kim, J. (2007). Cross-cultural examination of the relationships among firm reputation, e-satisfaction, e-trust, and e-loyalty. *International Marketing Review, Vol. 25 No. 3*, 324–337.
- Kereta Api Indonesia (KAI). (2014). Kai daop 8 Surabaya luncurkan empat KA baru. <http://www.antaraneews.com/berita/417411/kai-daop-8-surabaya-luncurkan-empat-ka-baru>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- \_\_\_\_\_ (2012). *Jalan Panjang PT KAI*. <http://kereta-api.co.id>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- Komara, A. T. (2013). Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Satisfaction Serta Implikasinya pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 7, No. 2* , 105-115.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Susanto, A. B. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (1999). *Kotler on marketing: How to create, win, and dominate markets*. New York: The Free Press.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis? Edisi 3* . Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. A. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Moda Transportasi Umum. *e-journal.uajy.ac.id Universitas Atma Jaya*.
- Lee, G.-G., dan Lin, H.-F. (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management Vol. 33 No. 2, 2005* , 161-176.



- Li, H., dan Suomi, R. (2007). Evaluating Electronic Service Quality: A Transaction Process Based Evaluation Model. *The European Conference on Information Management and Evaluation. Montpellier, France 2021 September* , 331340.
- Lupiyoadi, R., dan Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maholtra, N. K. (2005). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Edisi Keempat*. Jakarta: Indeks.
- Manaru, A. S., Sumarwan, U., dan Suroso, A. I. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis Vol.4 No.2 Oktober* , 67-80.
- Mosahab, R., Mahamad, O., dan Ramayah, T. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research Vol. 3, No. 4; October* , 72-81.
- Nasir, M. (1999). *metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing, Vol.63 (Special Issue)* : 33-44.
- \_\_\_\_\_ (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Osman, Z., dan Sentosa, I. (2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies Vol. 2, No.1 January* , 25-37.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal Of Service Research Volume 7, No. 10 February* , 1-21.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. dan Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing, Vol. 64 No. 1*, 12-40.
- \_\_\_\_\_. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research?, *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, 41-50.
- Pratiwi, D. I. (2010). Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang. *Eprint Undip* .
- Ratih, H. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ribbink, D., van Riel, A. C., Lilja, V., dan Streukens, S. (2004). Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality, Vol. 14 No. 6* , 446-456.
- Rush, R., dan Zahorik, A. (1993). Customer Satisfaction, Customer Retention and Market Share. *Journal of retailing Vol. 69 No. 21*, 193-215.
- Saha, P. dan Zhoa, Y. (2005). *Relationship between Online Service Quality and Customer Satisfaction: A Study in Internet Banking*. Lulea University.

- Santos, J. (2003 ). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13 No. 3 , 233-246.
- Santoso, S. (2014). *Konsep dasar dan aplikasi SEM dengan AMOS 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarjono, H., dan Julianita, W. (2015). *Structural equation modeling (SEM) sebuah pengantar aplikasi untuk penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Bussiness: A Skill Building Approach. (3rd ed.)*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Semeijn, J., Riel, A. C., Birgelen, M. J., dan Streukens, S. (2005). E-services and physical fulfillment: How e-loyalty is created. *Managing Service Quality*, Vol. 15 No. 2 , 182-94.
- Setyaningsih, O. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 16 No.2* , 67-80.
- Shankar, V., Smith, A.K. dan Rangaswamy, A. (2000), "Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments", *working paper 02-2000*, Penn State University, University Park, PA.
- Sholihin, M., & Dwi, R. (2014). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0* . Yogyakarta: Andi.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran, Falsafah, teori dan aplikasi* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Solimun. (2002). *Structural Equation Modeling (SEM), Lisrel dan AMOS*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sustainability Report (2014). <http://kereta-api.co.id>. Diunggah tanggal 29 Maret 2016 : 09.00
- Tam, C. (2003). An integrated online customer loyalty model. *Proceedings of XI International Conference of the Academy of Business and Administrative Sciences (ICABAS)*.
- Taylor, S. A., dan Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of retailing*, Vol. 70 No. 2, 163-178.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Vun, A. C., Harun, A., Lily, J., dan Lasuin, C. A. (2013). Service Quality and Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction among Professionals. *International Journal of Online Marketing*, Vol. 3 No. 2, April-June , 1-19.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis structural equation modeling menggunakan AMOS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Wolfenbarger, M. dan Gilly, M.C. (2002). COMQ: dimensionalizing, measuring and predicting quality of the e-tailing experience. *Marketing Science Institute, Boston, MA working paper series, No. 02-100*.

- Wu, L., dan Lin, J. (2006). The Quality of Consumer's decision making in the environment of e-commerce. *Psychology and Marketing* volume 23. no 4 , 297-331.
- Yang, Z., dan Fang, X. (2004). Online service quality dimensions and their relationships with satisfaction. *International Journal of Service Industry Management* Vol. 15 No. 3 , 302-326.
- Yi, Y., dan Gong, T. (2008). Electronic service quality model : the moderating effect of customer self-efficacy. *Psychology and Marketing*, Vol. 25 No. 7, 587-601.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., dan Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 30, No. 4 , 358-371.
- Zeithaml, V., Berry, L., dan Parasuraman, A. (1996). The Behavioural Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing* volume 60. no 2 , 31-46.