

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*

(Studi kasus terhadap Perusahaan Travel Citi Trans Cabang Dipatiukur)

SKRIPSI

Diajukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Pendidikan Indonesia



Disusun Oleh :

Sandra Tiara Maharani (1500662)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

BANDUNG

2019

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi kasus terhadap Perusahaan Travel Citi Trans Cabang Dipatiukur)

Oleh:

Sandra Tiara Maharani

1500662

Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Sandra Tiara Maharani

Universitas Pendidikan Indonesia

Oktober 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak, difoto copy, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE
INTENTION
(Studi kasus terhadap Perusahaan Travel Citi Trans Cabang Dipatiukur)

Sandra Tiara Maharani

1500662

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing I

01/11/19



Dr. Vanessa Gaffar, SE, Ak, MBA

NIP : 19740307 200212 2 00 5

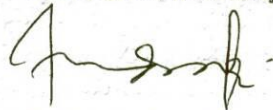
Dosen Pembimbing II



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM

NIP : 19761011 200501 2 00 2

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM

NIP : 19761011 200501 2 00 2

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* (Studi kasus terhadap Perusahaan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur)**" beserta seluruh isinya adalah sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatukan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran keilmuan karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Oktober 2019

Yang membuat pernyataan

Sandra Tiara Maharani

1500662

ABSTRAK

Sandra Tiara Maharani (1500662) “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*” (Studi kasus terhadap Perusahaan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur) dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, S.E., AK., MBA., Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) terhadap *Repurchase Intention* (Minat Beli Ulang) yang dilatar belakangi karena perkembangan transportasi semakin banyak sekali perusahaan travel *pool to pool* di kota bandung dengan berbagai macam kualitas pelayanan jasa yang diunggulkan agar menarik konsumen untuk membeli ulang. Terdapat 2 variabel yang akan diteliti, yaitu variabel (X) yaitu *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Terikat (Y) *Repurchase Intention* (Minat Beli Ulang). Penelitian ini memiliki 100 responden sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan *cross sectional method* yaitu penelitian dalam kurun dari satu tahun/ tidak dalam jangka panjang. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *probability sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Untuk responden yaitu seluruh penumpang yang pernah menggunakan Travel Citi cabang Dipatiukur. Pengumpulan data primer menggunakan penyebaran kuesioner, dan pengumpulan data sekunder menggunakan wawancara. Data diolah menggunakan Program SPSS 16.0, 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*. Berada pada kategori tinggi, Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention*.

Kata kunci: *Service Quality, Repurchase Intention*

ABSTRACT

Sandra Tiara Maharani (1500662) “The Influence of Service Quality of Repurchase Intention” (Case study of Company Travel Citi Trans branch Dipatiukur) under the guidance Dr. Vanessa Gaffar, S.E., AK., MBA., Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M

This research was conducted to increase the influence of Service Quality on Repurchase Intention which are motivated by the development of more and more modern transportation and now many companies travel to pools in Bandung city with various service quality that are seeded so attract consumers to repurchase intention. There are 2 variables to be examined, namely the variable (X) Service Quality and Variables (Y) Repurchase Intention. This study used 100 respondents as the study sample. This study uses a cross sectional method, namely research in a period of one year / no in the long term. The sampling technique uses probability sampling methods. The data analysis method used is descriptive verificatif method. Respondents are all passengers who have used the Dipatiukur branch of Citi Travel. Primary data collection uses questionnaires, and secondary data collection uses interviews. Data were processed using SPSS 16.0, 2019. The results showed the fact that the Quality of Service to Repurchase Intention. Based on the high category, the results of this study indicate a positive and significant effect of Service Quality on Repurchase Intention.

Keywords: *Service Quality, Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kasih karunia-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus Perusahaan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur)**” yang disusun sebagai referensi bagi pembaca yang membutuhkan khususnya calon Sarjana Ekonomi di Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan ketidak sempurnaan yang disebabkan wawasan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan landasan perbaikan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin selesai tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.SI. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu, dan selalu bijaksana dalam mendukung kegiatan mahasiswa manajemen UPI.
4. Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak., MBA selaku pembimbing I yang selalu memberi masukan, saran, motivasi, dan penyemangat untuk terus berusaha sampai menyusun skripsi hingga selesai
5. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM. selaku dosen pembimbing II dan sekaligus dosen pembimbing akademik penulis yang sangat dekat dengan

semua mahasiswa dan selalu membantu, memberikan arahan, dan mendukung sejak penulis menjadi mahasiswa baru sampai menyusun skripsi hingga selesai.

6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Program Studi Manajemen dan Staf Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia atas ilmu dan tuntunan yang telah diberikan selama ini kepada penulis
7. Segenap staff FPEB terutama bagian akademik dan kemahasiswaan yang selalu membantu dan memberikan informasi tentang perkuliahan
8. Travel Citi Trans cabang Dipatiukur Ibu Wida, Pak Daniel, dan Pak Dani yang telah memberikan izin, dan mempermudah dalam melakukan penelitian dilapangan, terimakasih banyak
9. Mama dan Papa yang doain diatas sana, doa mama sama papa selalu menjadi doa yang terbaik sampai kapanpun
10. Enin yang selalu memberikan support selama menjalankan perkuliahan mulai dari uang kuliah sampai sekarang selesai, sampai sakit tetapi tetap saja selalu memberikan semangat, terimakasih banyak enin atas doanya
11. Rifqi Fauzi adik tersayang yang selalu support kapanpun, dan selalu ngasih saran yang terbaik
12. Girvin adik tersayang yang selalu support sampai tengah malam selalu nunggu buat revisian dan kasih semangat
13. Keluarga besar patriot yang selalu memberikan support lahir batin, dan selalu mengingatkan untuk bersyukur setiap saat
14. Deden Muhammad Zawad sebagai orang spesial, yang selalu bantu mau susah ataupun senang, yang selalu ada disaat butuh bantuan darurat, support dari awal kuliah sampai selesai, dan selalu nganter ke lapangan untuk melakukan penelitian
15. Anak anak Ngopi Nada, Wafa, Okta, Aya, Yova, dan Dian yang selalu suport kapanpun dan dimanapun, meskipun kalian udah pada sarjana tapi masih mau bantu buat diskusi bareng
16. Rengganis Puspa yang selama ini bareng bareng dari awal seminar sampai sekarang selesai sidang, yang selalu suport senang atau sedih
17. Wildan, Teti, sebagai teman seperjuangan yang selalu suport satu sama lain

Semoga semua amal baik yang telah diberikan kepada penulis dari orang-orang yang senantiasa memberikan selalu dalam doa, semangat setiap saat, dan saran yang baik kepada penulis, semoga mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT. Aminn

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Secara Teoritis	10
1.4.2 Secara Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	11
2.1 Kajian pustaka	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	12
2.1.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	13
2.1.4 Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	16
2.2 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	21
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Pemikiran	24
2.5 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode dan Desain yang Digunakan	29
3.2.1 Metode Penelitian	29
3.2.2 Desain Penelitian	30
3.3 Operasional Variabel	31

3.4	Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1	Jenis, dan Sumber Data.....	36
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	38
3.5.1	Populasi.....	38
3.5.2	Sampel.....	38
3.5.3	Teknik Sampling	39
3.6	Uji Instrumen Penelitian	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Rancangan Analisis Data	44
3.7.1	Analisis Deskriptif	44
3.7.2	Analisis Verifikatif	45
3.7.3	Analisis Normalitas	45
3.7.4	Analisis Korelasi	46
3.7.5	Analisis Regresi Sederhana.....	46
3.8	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	51
4.1.3	Deskripsi <i>Service Quality</i> Perusahaan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur Bandung.....	56
4.1.4	Deskripsi <i>Repurchase Intention</i> Perusahaan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur	66
4.1.5	Analisis Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	72
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fasilitas yang diberikan oleh Travel Citi Trans	6
Gambar 1.2 Citi trans card dan reward dari point yang didapatkan	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 2. 2 Paradigma Pemikiran.....	28
Gambar 4. 1 Logo Citi Trans	49
Gambar 4.2 Hasil Kontinum <i>Service Quality</i>	65
Gambar 4. 3 Hasil Kontinum <i>Repurchase Intention</i>	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang PT.KAI	2
Tabel 1.2 Data Perusahaan Travel Bandung Jakarta	3
Tabel 1.3 Perbandingan Fasilitas antar Travel	4
Tabel 1.4 Pra Penelitian Travel di Kota Bandung yang Diketahui Responden	4
Tabel 1.5 Rata-Rata Data jumlah penumpang cabang Pasteur dan Dipatikur	6
Tabel 1.6 Jumlah penumpang pada tahun 2018	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operational Variabel	32
Tabel 3.2 Sumber dan Data penelitian	36
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X (<i>Service Quality</i>).....	41
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y (<i>Repurchase Intention</i>)	42
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	43
Tabel 3.6 Contoh Garis Kontinum	45
Tabel 3.7 Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan dan Usia	53
Tabel 4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Dimana Mengetahui Travel Citi Trans cabang Dipatiukur dan Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan dan Frekuensi.....	54
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Pernah atau Tidak Menggunakan Travel Lain	55
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur dan Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Travel Citi Trans cabang Dipatiukur	56
Tabel 4.9 Penilaian <i>Service Quality</i> Berdasarkan <i>Tangibles</i>	57

Tabel 4.10	Penilaian <i>Service Quality</i> Berdasarkan <i>Empathy</i>	59
Tabel 4.12	Penilaian <i>Service Quality</i> Berdasarkan <i>Responsiveness</i>	60
Tabel 4.11	Penilaian <i>Service Quality</i> Berdasarkan <i>Reliability</i>	61
Tabel 4.13	Penilaian <i>Service Quality</i> Berdasarkan <i>Assurance</i>	62
Tabel 4.14	Rekapitulasi Hasil Penelitian <i>Service Quality</i>	64
Tabel 4.15	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> berdasarkan Konsumen Selalu Menggunakan Layanan Travel Sebagai Prioritas Utama	66
Tabel 4.16	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Konsumen Akan Tetap Menggunakan Layanan Travel Daripada Yang Lain	66
Tabel 4.17	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Konsumen Selalu Memprioritaskan Layanan Travel Untuk Penggunaan Di Masa Mendatang.....	67
Tabel 4.18	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Konsumen Akan Selalu Menggunakan Layanan Travel Walaupun Ada Banyak Pesaing Lain	67
Tabel 4.19	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Konsumen Akan Tetap Menggunakan Layanan Travel Walaupun Ada Merk Lain Lebih Terkenal	68
Tabel 4.20	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Konsumen Akan Tetap Setia Pada Layanan Travel Tanpa Memikirkan Pesaing Lain	69
Tabel 4.21	Penilaian <i>Repurchase Intention</i> Berdasarkan Konsumen Tidak Langsung Mengganti Merk, Meskipun Ada Kekurangan Layanan Pada Travel	69
Tabel 4.22	Rekapitulasi Hasil Penelitian <i>Repurchase Intention</i>	70
Tabel 4.23	Output Uji Normalitas	73
Tabel 4.24	Output Korelasi	74
Tabel 4.25	Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 4.26	Output Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	75
Tabel 4.27	Output Koefisien Regresi	75
Tabel 4.28	Output Uji Hipotesis (Uji-T).....	77

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dr. Yevis Marty Oesman, S.E., M.P (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta.
- Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si., Dr. Sopiah, MM., M.Pd (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Ph.D, Gregorius Chandra (2016). *Service Quality and Satisfaction 4 edition*. Yogyakarta.
- Kotler dan Keller,P. (2009). *Manajemen Pemasaran*: Edisi Ketiga Belas: Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller,P. (2009). *Manajemen Pemasaran*: Edisi Ketiga Belas: Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. Global Edition: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013). *Marketing management (14th ed)*. New Jersey: Pearson Education Ltd.
- Kotler Philip and Keller, Kevin Lane (2016). *Marketing Management 15th edition*. New york: Pearson.
- Riduwan. 2013.*Skala Pengukuran Vaiabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. Chichester: John Wiley & Sons.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall
- Schmitt, Bernd, (1999), “*Experiential Marketing*”, *Journal of Marketing Management*, Vol.15, p.53-67.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Edisi pertama. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Umar, Husein, (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- ValarieA. Zeithaml, Leonard L Berry, & A. Parasuraman (April 1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*.
- Azize Sahin et.al., Cemal Zehir, Hakan Hitapci (14 November 2012). *The effects of brand experience and service quality on repurchase intention: The role of brand*, Volume 6.
- Muhammad Sabbir Rahman, Osman Mohamad, Fadi AbdelMuniem AbdelFattah, Nusrtae Aziz (2014). *Factors Determining Customers Repurchase Intention of Healthcare Insurance Product in Malaysia*.
- Niveen M. El Saghier (2015). *Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study in Egypt*, Volume 9.
- Leonard S.E, M.Comm, Feby Thung (2017). *The Relationship of Service Quality, Word of Mouth, Repurchase Intension in Online Transportation*

Service. Journal of Process Management-New Technologies, Internasional (JPMNT), Volume 5 No 4.

Qintao Zhang, Kriengsin Prasongsukarn (September 2017). *A Relationship Study of Price Promotion, Customer Quality Evaluation, Customer Satisfaction and Repurchase Intention: A Case Study of Starbucks in Thailand*. International Journal of Management and Applied Science, Volume 3 Issue 9.

Nguyen Ngoc Duy Phuong, and Tran Thi Dai Trang (Mei 2018). *Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, Customer Satisfaction as Mediating Role: A PLS Approach of M-Commerce Ride Hailing Service in Vietnam*. AIMI Journal.

Ishmael Mensah, and Rebecca Dei Mensah (Mei 2018). *Effect of Service Quality, and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurant on University of Cape Coast Campus*. Journal of Tourism, Heritage, & Service Marketing, Volume 4 Issue 1.

Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia Population Projection. (2018). Jumlah Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin. Retrieved from <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/104/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandung-2016-.html.%2020%20November%202018>. 20 November 2018.

BPS Badan Pusat Statistik (2017). Jumlah Penumpang PT KAI. Retrieved from <https://www.bps.go.id/statictable/2009/03/06/1414/jumlah-penumpang-dan-barang-melalui-transportasi-kereta-api-indonesia-tahun-1987-2017.html>. 1 Mei 2019.

Portal Data Kota Bandung (2018). Data Angkutan Travel Bandung ke Jakarta. Retrieved from <http://data.bandung.go.id/dataset/data-angkutan-travel-bandung-ke-jakarta/resource/9f3e71d0-3298-4cae-b900-5713c8555b2e>. 25 Juni 2019.

Top Brand Award. (2016). Survey Top Brand Award Fase 2. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2016. 25 Juni 2018.

Top Brand Award. (2017). Survey Top Brand Award Fase 2. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2017. 25 Juni 2018.

Top Brand Award. (2018). Survey Top Brand Award Fase 2. Retrieved from http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2. 20 November 2018.