

ANALISIS PERBEDAAN SIGNIFIKANSI PENGARUH INDIKATOR-INDIKATOR KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA JASA KONSTRUKSI

Herlita Prawenti¹, Achmad Rafi'ud Darajat², Lalu Samsul Aswadi³

Fakultas Teknik Universitas Tidar

herlitapr@untidar.ac.id, Achmadrafi@untidar.ac.id, lalusamsulaswadi@untidar.ac.id

ABSTRAK

Adanya suatu pemahaman bahwa semakin banyaknya pesaing, semakin kritisnya rekanan/klien, semakin tipisnya prospek profit, dan perusahaan konstruksi semakin dituntut untuk dapat menjaga dan mempertahankan keberlangsungan perusahaannya. Indikator-indikator utama yang digunakan pada penelitian ini yaitu dimensi dari Kualitas Layanan dan indikator tambahan lainnya yang diperoleh dari pengembangan penelitian yang telah dilakukan di Indonesia, sehingga mendapatkan indikator yang lebih komprehensif. Dari indikator tersebut dilakukan survei kepada sejumlah responden. Instrumen penilaian dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dan terbuka yang memberikan indikator-indikator Kualitas Layanan dalam skala tingkat signifikansi (skala 1-5) yang mempengaruhi kepercayaan Pengguna Jasa. Dari hasil survei tersebut, dilakukan pengolahan data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif untuk dianalisis mengenai perbedaan yang signifikan antara persepsi Pemilik dan konsultan MK sebagai Pengguna Jasa Konstruksi.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Pengguna Jasa Konstruksi

ABSTRACT

There is an understanding that the more competitors there are, the more critical the partners/clients are, the thinner the prospects for profit and construction companies are increasingly required to be able to maintain and maintain the sustainability of their companies. The main indicators used in this study are the dimensions of Service Quality and other additional indicators obtained from the development of research that has been carried out in Indonesia so that more comprehensive indicators are obtained. From these indicators, a survey was conducted to some respondents. The assessment instrument in this study uses a closed and open questionnaire that provides Service Quality indicators on a scale of significance (1-5 scale) that affects the trust of Service Users. From the results of the survey, data processing was carried out using descriptive statistical analysis to analyze whether there was a significant difference between the perceptions of the Owner and the Constitutional Court consultant as construction service users.

Keyword: Quality Services, Construction service users

1. PENDAHULUAN

Sektor Jasa Konstruksi merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam pembangunan. Sektor konstruksi dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan - pembangunan sarana dan prasarana pendukung. Adanya pembangunan-pembangunan inilah yang

mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mendirikan sebuah perusahaan Penyedia Jasa Konstruksi. Hal inilah yang menyebabkan tingkat kompetisi di dunia bisnis konstruksi semakin ketat dari hari ke hari. Ditambah lagi pada periode jangka panjang, situasi pasar jasa konstruksi di Indonesia akan terbuka secara global, yang

memungkinkan kontraktor asing masuk di industri konstruksi Indonesia.

Pada periode tahun 2016 hingga tahun 2018 saja, Jumlah Badan Usaha Jasa Konstruksi (BUJK) yang teregistrasi tercatat sebanyak kurang lebih 160.576 kontraktor, yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, terdiri dari 130.771 kontraktor kecil (81%), kontraktor menengah 28.254 (18%), dan kontraktor besar 1.551 (1%) (BPS, 2018).

Salah satu strategi yang penting untuk membantu meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi era globalisasi dan liberalisasi adalah dengan menggunakan strategi pemasaran (Tull dan Kahle, 1990). Menurut Tjiptono (2001), strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan yang menerapkan keunggulan bersaing di pasar dapat dilakukan dengan melakukan pilihan terhadap strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Citra.

Dalam industri konstruksi, banyak pihak yang terlibat mulai dari Pemilik, konsultan MK, konsultan perencana, kontraktor hingga subkontraktor. Semakin banyak pihak yang terlibat, maka semakin besar variasi yang ada, baik persepsi mengenai produk maupun persepsi mengenai layanan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Jasa Konstruksi

Di dalam UU no 18 tahun 1999 menyebutkan bahwa industri konstruksi merupakan industri yang bergerak dibidang penyediaan jasa. Pengertian Jasa Konstruksi menurut UU no 18 tahun 1999 adalah layanan jasa konsultasi perencanaan pekerjaan konstruksi, layanan jasa pelaksanaan pekerjaan konstruksi, dan layanan jasa konsultasi pengawasan pekerjaan konstruksi

Jenis usaha jasa konstruksi terdiri dari usaha perencanaan konstruksi, usaha pelaksanaan konstruksi, dan usaha pengawasan konstruksi yang masing-masing dilaksanakan oleh perencana konstruksi, pelaksana konstruksi, dan pengawas konstruksi.

Usaha perencanaan konstruksi memberikan layanan jasa perencanaan dalam pekerjaan konstruksi yang meliputi rangkaian kegiatan atau bagian-bagian dari kegiatan mulai dari studi pengembangan sampai dengan penyusunan dokumen kontrak kerja konstruksi. Usaha pelaksanaan konstruksi memberikan layanan jasa pelaksanaan dalam pekerjaan konstruksi yang meliputi rangkaian kegiatan atau bagian-bagian dari kegiatan mulai dari penyiapan lapangan sampai dengan penyerahan akhir hasil pekerjaan konstruksi. Usaha pengawasan konstruksi memberikan layanan jasa pengawasan baik keseluruhan maupun sebagian pekerjaan pelaksanaan konstruksi mulai dari penyiapan lapangan sampai dengan penyerahan akhir hasil konstruksi

Kegiatan proyek konstruksi, dimulai dari kegiatan Pengadaan barang dan jasa. Pengadaan barang dan jasa melibatkan pihak pembeli atau pengguna dan pihak penjual atau penyedia barang dan jasa. Pengguna jasa adalah orang perseorangan atau badan sebagai pemberi tugas atau pemilik pekerjaan/proyek yang memerlukan layanan jasa konstruksi. Penyedia jasa adalah orang perseorangan atau badan yang kegiatan usahanya menyediakan layanan jasa konstruksi.

2.2. Hubungan antara Pemilik dan Konsultan MK

Pemilik dan Konsultan MK merupakan salah satu stakeholder didalam proyek konstruksi. Gambaran mengenai keterlibatan pihak-pihak didalam proyek konstruksi ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 2.1 Pihak-pihak yang terlibat didalam proyek konstruksi

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa manajemen proyek merupakan pusat dari pihak-pihak yang terlibat didalam proyek konstruksi. Oleh karena itu, didalam proyek dengan skala yang besar, biasanya Pemilik menggunakan perwakilannya didalam proyek untuk mengelola suatu proyek, mulai dari awal proyek hingga sampai selesai pelaksanaan proyek (Soeharto, 1999). Perwakilan pemilik didalam proyek konstruksi ini disebut konsultan manajemen konstruksi. Salah satu fungsi pokok dari konsultan manajemen konstruksi antara lain sebagai pemimpin yang mengarahkan segala sumber daya yang ada dalam proyek guna mencapai sasaran dan tujuan proyek yang telah direncanakan sebelumnya (Chasanah, 2018). Oleh karena itu, diperlukan komunikasi yang baik antara pemilik dan Konsultan MK untuk mencapai tujuan proyek diinginkan oleh pemilik. Dalam proses untuk mencapai komunikasi yang baik, sudah selayaknya antara pemilik dan Konsultan MK mempunyai persepsi yang sama antara ekspektasi pemilik dan persepsi konsultan MK.

2.3. Hubungan antara Kepercayaan dan Kepuasan

Kepuasan pelanggan memegang peran penting bagi perkembangan perusahaan. Kepuasan pelanggan bagi sebuah perusahaan yang bergerak dalam penyediaan jasa merupakan acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada pelanggan. Pelanggan yang terpuaskan akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan perusahaan itu (Mahendra, Indriyani, 2018).

Mahendra & Indriyani (2018) menemukan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. dengan menggunakan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) didapat Pengaruh variabel kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif atau memiliki hubungan yang searah yang berarti apabila kepercayaan pelanggan semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

Harefa & Fati (2016) menemukan bahwa kualitas layanan secara langsung berhubungan positif dengan kepuasan konsumen, kualitas layanan berhubungan positif dengan kepercayaan konsumen, kualitas layanan berhubungan positif dengan loyalitas konsumen. kepuasan konsumen secara langsung berhubungan positif dengan kepercayaan konsumen, kepercayaan konsumen secara langsung berhubungan positif dengan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen secara langsung berhubungan positif dengan loyalitas konsumen

Dari penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi antara tingkat kepercayaan dan kepuasan Pengguna Jasa serta Pemenuhan terhadap Kualitas Layanan. Pemenuhan terhadap Kualitas Layanan akan berpengaruh kepada kepuasan

Pengguna Jasa. Kepuasan Pengguna Jasa akan berpengaruh kepada tingkat kepercayaan dan loyalitas Pengguna Jasa.

2.4. Hubungan antara Kepercayaan dan Kualitas Layanan

Kualitas yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Kualitas akan bergantung pada usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang telah ditentukan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, kualitas tersebut akan dianggap baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan, kualitas pelayanan tersebut dipandang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan kualitas pelayanan tersebut dianggap buruk. Jadi baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Journal of Marketing oleh Parasuraman, et al, 1985, *SERVQUAL* memiliki lima dimensi yaitu :

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal, meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Chou (2014), dengan menggunakan metode SEM (Structural Equation Modelling) sebagai metode untuk mengolah data, menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan dan kepercayaan. Faktor-faktor dari kualitas layanan direduksi menjadi tiga dimensi layanan yaitu profesionalisme layanan, kehandalan dan harga.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Sumber Perolehan data

Data yang ada pada penelitian ini diperoleh dengan dua cara yaitu :

- a. Data Primer (*primary data*) yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari objek yang diteliti. Pada penelitian ini data dari hasil kuesioner merupakan data primer. Terdapat dua jenis kuesioner dalam penelitian ini yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup
- b. Data Sekunder (*secondary data*) yaitu data yang diperoleh dari studi – studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Dalam penelitian ini data sekunder berperan untuk menentukan indikator apa saja yang menjadi dasar pembuatan kuesioner.

3.2 Variable Data

Pada tahap ini menentukan variabel-variabel yang akan menjadi dasar pembuatan kuesioner. Variabel penelitian ini didapat dengan mengembangkan indikator-indikator pada Kualitas Layanan.

3.3 Pengembangan Indikator dari

Kuesioner Tertutup

Indikator-indikator yang digunakan adalah Indikator Kualitas Layanan. Indikator-indikator tersebut dikembangkan dari 5 indikator Servqual dan penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan terhadap Kualitas Layanan. Sehingga dari penambahan indikator-indikator dari beberapa penelitian, didapat 54 Indikator pada Kualitas Layanan.

3.4 Metode Analisa Data

Data mentah yang didapat dari hasil jawab kuesioner dengan skala likert kemudian diolah dengan menggunakan analisis statistik. Untuk melihat seberapa besar angka yang menunjukkan tingkat signifikansi pengaruh, maka digunakanlah analisa statistik yaitu dengan menghitung nilai rata-rata yang menjawab pada masing-masing indikator. Frekuensi adalah banyaknya responden yang menjawab pada skala tertentu terhadap satu indikator. Skala Likert merupakan gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2004).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.Data Responden

Respoden dari penelitian ini adalah Pengguna Jasa Konstruksi yang terdiri dari tim Pemilik itu sendiri dan Konsultan MK. Pelaksanaan survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara acak terstruktur yaitu

responden pada beberapa jabatan di perusahaan konsultan Manajemen Konstruksi dan Pemilik pada proyek konstruksi baik dari Perusahaan swasta maupun BUMN.

Sedangkan lama pengalaman kerja berkaitan pada seberapa besar pemahaman responden mengenal performa kontraktor dan hal-hal penting yang harusnya diterapkan oleh kontraktor dilapangan untuk memenuhi kepuasan klien. Dalam hal ini peneliti mengaggap lama pengalaman kerja minimal 2 tahun telah memenuhi karakteristik responden.

4.2 Tahap Pengolahan Data

4.2.1 Uji t

Dari responden yang menjawab kuesioner tersebut, dibedakan menjadi responden Pemilik langsung dan Konsultan MK. Uji t dilakukan terhadap indikator-indikator kualitas layanan untuk mengetahui adanya perbedaan persepsi antara pemilik dan konsultan MK.

Ha : Terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara Pemilik dan Konsultan MK

Ho : Tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara Pemilik dan Konsultan MK

Dengan model statistik sebagai berikut

Ha : $\mu_1 \neq \mu_2$

Ho : $\mu_1 = \mu_2$

Data yang diolah dengan menggunakan MS excel didapat data yaitu

Jumlah Sampel (n) = 54

Rata-rata untuk data Pemilik (\bar{x}_1) = 4.5

Rata-rata untuk data Konsultan MK (\bar{x}_2) = 3.7

Standar deviasi (s1) = 0.309

Standar Deviasi (s2) = 0.69

Varians (S1) = 0.095

Varians (S2) = 0.477

Angka Korelasi (r) = -0.024

$$t \text{ hitung} = \frac{x^1 - x^2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n} + \frac{S_2^2}{n} - 2r \left(\frac{S_1^2}{\sqrt{n}} \right) + \left(\frac{S_2^2}{n} \right)}} \quad (1)$$

untuk taraf signifikansi = $\alpha = 0.05$

dengan derajat kebebasan = $n_1 + n_2 - 2 = 54 + 54 - 2 = 106$

dengan rumus interpolasi didapat t tabel sebesar = 1.98

maka $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Maka dari itu antara *Pemilik* dan *Konsultan MK* terdapat perbedaan persepsi yang signifikan. Dan terdapat 12 indikator yang memiliki perbedaan persepsi antara pemilik dan konsultan MK yang cukup signifikan.

4.2.2 Analisis Gap

Analisis Gap ini digunakan untuk melihat besarnya ekspektasi Pemilik dan persepsi konsultan MK sebagai *Pemilik representative*. Analisis Gap didapat dengan mengurangi index persentase pada ekspektasi Pemilik dan persepsi konsultan MK.

Tabel 4.1 Perbedaan Index Persentase pada Indikator pada kelompok data Pemilik dan Konsultan MK

Indikator No	Indikator	Index Persentase		Gap
		Ekspektasi Pemilik	Persepsi Konsultan MK	
8	Kewibawaan diri yang ditunjukkan kontraktor di dalam proyek	75	40,6	34,4
11	Keserasian dari struktur organisasi proyek	75	50	25
16	Kontraktor selalu mempunyai keinginan untuk membantu	75	46,9	28,1
18	Kontraktor fleksibel dalam menampung berbagai perbedaan di proyek	75	40,6	34,4

Indikator No	Indikator	Index Persentase		Gap
		Ekspektasi Pemilik	Persepsi Konsultan MK	
21	Kontraktor mempunyai staff yang memiliki sopan santun yang konsisten	75	43,8	31,2
26	Kontraktor memiliki tempat untuk pekerja paruh waktu & subkontraktor selalu tersedia untuk mengatasi periode puncak	87,5	53,1	34,4
34	Pekerja yang memiliki jam-jam sibuk yang tepat	75	37,5	37,5
40	Mengetahui siapa yang akan dihubungi saat terjadi masalah	75	46,9	28,1
45	Kontraktor mempunyai fasilitas fisik yang terlihat	87,5	56,3	31,2
46	Kontraktor memiliki pekerja yang berpenampilan rapi dan professional	75	50	25
47	Kontraktor mempunyai tenaga ahli yang sesuai baik dari perusahaannya sendiri maupun perusahaan yang jadi subkontraktornya	75	53,1	21,9
48	Kontraktor menawarkan suatu material yang menarik	75	21,9	53,1

Kemudian dibandingkan dengan interval index persentase. Interval Index Persentase dihitung berdasarkan persentase tertinggi dibagi dengan banyaknya skala likert.

Tabel 4.2 Interval Index Persentase

Interval	Deskripsi
0-20%	Sangat Tidak Berpengaruh
21-40%	Tidak Berpengaruh
41-60%	Netral/Ragu-Ragu
61-80%	Berpengaruh
81-100%	Sangat Berpengaruh

Pada tabel diatas, dapat dilihat terdapat 12 indikator yang mempunyai gap yang cukup signifikan antara ekspektasi pemilik dengan Konsultan MK. Indikator tersebut dapat dideskripsikan seperti pada tabel dibawah ini

Tabel 4.3 Deskripsi Index Persentase

Indikator No	Indikator	Deskripsi Index Persentase	
		Ekspektasi Pemilik	Persepsi Konsultan MK
8	Kewibawaan diri yang ditunjukkan kontraktor di dalam proyek	Berpengaruh	Ragu-ragu
11	Keserasian dari struktur organisasi proyek	Berpengaruh	Ragu-ragu
16	Kontraktor selalu mempunyai keinginan untuk membantu	Berpengaruh	Ragu-ragu
18	Kontraktor fleksibel dalam menampung berbagai perbedaan di proyek	Berpengaruh	Ragu-ragu
21	Kontraktor mempunyai staff yang memilki sopan santun yang konsisten	Berpengaruh	Ragu-ragu
26	Kontraktor memiliki tempat untuk pekerja paruh waktu & subkontraktor selalu tersedia untuk mengatasi periode puncak	Sangat Berpengaruh	Ragu-ragu

Indikator No	Indikator	Deskripsi Index Persentase	
		Ekspektasi Pemilik	Persepsi Konsultan MK
34	Pekerja yang memiliki jam-jam sibuk yang tepat	Berpengaruh	Sangat Tidak Berpengaruh
40	Mengetahui siapa yang akan dihubungi saat terjadi masalah	Berpengaruh	Ragu-ragu
45	Kontraktor mempunyai fasilitas fisik yang terlihat	Sangat Berpengaruh	Ragu-ragu
46	Kontraktor memilki pekerja yang berpenampilan rapi dan professional	Berpengaruh	Ragu-ragu
47	Kontraktor mempunyai tenaga ahli yang sesuai baik dari perusahaannya sendiri maupun perusahaan yang jadi subkontraktornya	Berpengaruh	Ragu-ragu
48	Kontraktor menawarkan suatu material yang menarik	Berpengaruh	Sangat Tidak Berpengaruh

4.2.3 Pembahasan Kuesioner Terbuka

Dalam pengumpulan data, disediakan kuesioner terbuka yang membahas mengenai tingkat kepercayaan Pengguna jasa apabila indikator pada Kualitas Layanan terpenuhi. Dari hasil kuesioner yang disebar, semua responden baik Konsultan MK maupun Pemilik langsung dari proyek akan mempertimbangkan menggunakan jasa Penyedia Jasa sebelumnya yang dapat memenuhi indikator-indikator dari kualitas layanan, sedangkan sebanyak 90% akan memberikan prioritas dikemudian hari pada proses pengadaan jasa dengan metode penunjukan langsung kepada Penyedia Jasa sebelumnya yang dapat

memenuhi indikator terhadap kualitas layanan di atas. Untuk 10% responden lainnya mempertimbangkan mengenai harga penawaran.

Dan sebanyak 80% responden akan memberikan prioritas dikemudian hari pada proses pengadaan jasa dengan metode pelelangan kepada Penyedia Jasa sebelumnya yang dapat memenuhi indikator terhadap kualitas layanan, sedangkan 25% responden lainnya juga akan mempertimbangkan mengenai harga penawaran. Dari persentase diatas dapat dilihat bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna jasa. Dan kepercayaan akan berpengaruh kepada loyalitas pengguna jasa konstruksi.

4. KESIMPULAN

Terdapat persamaan dan perbedaan prioritas pengaruh (signifikansi) terhadap indikator-indikator kualitas layanan menurut posisi di dalam proyek (Pemilik dan konsultan MK). Hal ini terjadi karena adanya perbedaan pandangan dan pengalaman dilapangan serta tingkat kepuasan yang diharapkan. Perbedaan yang signifikan terjadi antara Konsultan MK dan Pemilik disebabkan karena Pemilik menugaskan Konsultan MK untuk mengurus permasalahan teknis dilapangan. Oleh karena itu Konsultan MK lebih memberi perhatian pada permasalahan teknis, sedangkan bagi Pemilik, selain teknis, sikap yang ditunjukkan oleh kontraktor cukup berpengaruh bagi *Pemilik*.

5. DAFTAR PUSTAKA

Chou, Pin-Fenn. 2016. *An Evaluation Of Service Quality, Trust, And Customer Loyalty In Home-Delivery Services*, International Journal of Research In Social Sciences, Vol 3

Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing

Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1985). *Alternative Scales for Measuring Service Quality : A comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria*. Journal Of Retailing. ISSN 0022-4359.

Arif, I. (1999). Identifikasi Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dalam Industri Konstruksi (Studi Kasus: Jasa Kontraktor Gedung Bertingkat Banyak). Tesis. Institut Teknologi Bandung

Soeharto, I., 1999, Manajemen Proyek Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta

Caruana, A. (2002). *Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction*. *European Journal of Marketing*

Mahendra, Indriyani. 2018. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Mitra Perkasa Utomo. AGORA. Vol.7

Harefa, Fati. 2016. Hubungan Antara Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tokopedia di Surabaya. Thesis Master Program in Management Ubaya

Ervianto, Wulfram. 2005. Manajemen Proyek Konstruksi. Andi Offset. Yogyakarta

Chasanah, Ummi. 2018. Penerapan Konsultan Manajemen Konstruksi Pada Tahap Pelaksanaan Pembangunan Gedung Rumah Sakit. Jurnal Neo Teknika Vol. 4 No. 2, hal. 5-9