

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Keller KL. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Edisi Ketigabelas. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller KL. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Edisi Keduabelas. PT Macanan Jaya Cemerlang
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2012 *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*.
- Tjiptono, Fandy. 2012 *Service Management. Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2. ANDI Yogyakarta.
- Lupiyoadi R., Hamdani A., *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat, Jakarta
- Nirwana, 2012. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama, Alta Pustaka, Malang
- Dewan Energi Nasional. 2014. *Outlook Energi Indonesia 2014*. Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan. Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional. Jakarta.
- Dewan Energi Nasional. 2016. *Outlook Energi Indonesia 2014*. Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan. Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional. Jakarta
- Saleh, Rahmat. 2015. *Mengenal Usaha Jasa Pertambangan Batubara*. <http://www.pusdiklat-minerba.esdm.go.id/index.php>. (diakses tgl 27 Oktober 2016)
- UU no. 4 tahun 2009. *Pertambangan Mineral Dan Batubara Republik Indonesia*.
- Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral, 2012. *Perubahan atas Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral nomor 28 tahun 2009 tentang Penyelenggaraan Usaha Jasa Pertambangan Mineral dan Batubara*.

- Kementrian Energi dan Sumber daya Mineral. 2015. *Statistik Mineral Dan Batubara 2015*. Jakarta.
- Berau Coal Energy, PT. 2010-2014. *Laporan Tahunan Perusahaan*. Kantor Pusat. Jakarta.
- Delta Dunia Makmur, PT. 2014. *Laporan Tahunan Perusahaan*. Kantor Pusat. Jakarta.
- Ratminto & Winarsih, Atik. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Zhafira NH et.al (2013), *The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia*, International Journal of Advances in Management and Economics, Nov.-Dec. 2013, Vol.2, Issue 6, 72-78
- Akman, Gülşen dan Bahadır Yörür. 2012. "Effects of Business to Business Relations on Customer Satisfaction and Loyalty in the Context of a Developing Country". *American Journal of Industrial and Business Management*, Vol. 2, pp: 217-229.
- Caceres, R.C. and Paparoidamis, N.G. (2007), "Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment and Business-to-Business Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol. 41 Nos 7/8, pp:836-67.
- Chenet, Dagger & O'Sullivan. 2010. "Service Quality, Trust, Commitment and Service Differentiation in Business Relationships". *Journal of Services Marketing*. Vol. 24, No.5:236-254.
- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta
- Diposumarto, Ngadino Surip. 2012. *Metodologi Penelitian Teori dan Terapan*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Guilitnan, Joseph, P, Paul, Gordon W and Madden, Thomas J. 1997. *Marketing Management*. 6th edition. McGraw-Hill Companies.
- Hair, Anderson, Thatam, dan Black. 1995. *Multivariate Data Analysis with Reading*. Prentice Hall, London.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta. Bandung.

- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Global Edition. 14th edition . Prentice Hall. New Jersey.
- Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid I. Edisi ke tujuh. Erlangga. Jakarta.
- Malhotra, Naresh K., dan Birks, David F. 2009. *Marketing Research An Applied Approach*. Second Edition. Prentice Hall. Harlow.
- Nejad, Leila Rahmani, Zahra Firoozbakht, dan Amin Taghipoor. 2014. "Service Quality, elationship Quality and Customer Loyalty (Case Study: Banking Industry in Iran)". *Open Journal of Social Sciences*, Vol. 2, pp: 262-268.
- Nirwana, *Permasaran Jasa*, Alta Pustaka, 2012
- Oliver, Richard L. 2010. *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*. Management Vanderbilt University.
- Pamungkas, Wijayanti Dyas. 2006. *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Swalayan Ramai*
- Paulssen, M. and Birk, M.M. (2007), "Satisfaction and repurchase behavior in a business-to-business setting: investigating the moderating effect of manufacturer, company and demographic characteristics", *Industrial Marketing Management*, Vol. 36 No. 7, pp: 983-97.
- Rambat L.-A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Salermba Empat, 2008, Jakarta.
- Ratna Prima Lita, et al. (2010). Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa terhadap proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata di Kota Padang, *Journal* Vol 2 No. 2, Des 2010, ISSN : 2085-09721
- Rauyruen, P. dan Miller, K.E. (2007), "Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty", *Journal of Business Research*, Vol. 60 No. 1, pp:21-31.
- Schiffman, Leon., dan Kanuk, Leslie. 2010. *Consumer Behavior*. 10th edition. Prentice Hall Intl. New York.

Selnes, F. (1993), "*An examination of the effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty*", *European Journal of Marketing*, Vol. 27 No. 9, pp. 19-35.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Manajemen*, 2014,. Alfabeta. Bandung.

Valdy R. Wowor, 2013, Bauran Pemasaran Jasa, pengaruhnya terhadap kepuasan Konsumen pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado, Jurnal EMBA 1229 Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1229-1239 ISSN 2303-1174



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 1: Definisi Operasional

Jenis Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Jasa	Kesesuaian untuk di gunakan. Tjiptono (2004:11). Usaha jasa pertambangan adalah usaha jasa yang kegiatannya berkaitan dengan tahapan dan/atau bagian kegiatan usaha pertambangan. (Ir. Rachmat Saleh, M.T. Pusdiklat Tekmira). Lingkup penelitian di BUMA : melakukan penambangan batuan penutup, penambangan batubara (coal getting) dan pembersihan batuan.	Merujuk ke Tabel 4.1 Variabel Operasionalisasi dengan skala likert.
Orang	“Orang (<i>people</i>) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli”. (Zeithaml and Bitner yang dikutip oleh Ratih Hurriyanti (2005:62) Guna menjalankan peran penyedia jasa, Nirwana (2012:39) menjelaskan bahwa orang tersebut harus kompeten yang terdiri dari: <i>Skill, Education, dan Knowledge</i>. Lingkup penelitian di BUMA : Orang-orang BUMA yang kompeten dalam bidang pertambangan harus di miliki melalui pelatihan, pengalaman, tingkat pendidikan minimal karyawan sehingga memiliki pengetahuan dan keterampilan mumpuni.	Merujuk ke Tabel 4.1. Variabel Operasionalisasi dengan skala likert
Proses	Proses meliputi prosedur aktual, tugas dan tahap-tahap aktivitas yang dilakukan dalam rangka menghasilkan dan menyampaikan jasa dengan proses penyampaian jasa sederhana, sehingga konsumen bisa menerima layanan jasa. Tjiptono (2009:63). Lingkup penelitian di BUMA : Prosedur, Instruksi kerja, Rencana, arus aktifitas.	Merujuk ke Tabel 4.1. Variabel Operasionalisasi dengan skala likert
Bukti Fisik	<i>Physical evidence</i> merupakan lingkungan fisik perusahaan jasa tempat layanan diciptakan serta penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur-unsur berwujud yang ada dan dipakai untuk berkomunikasi atau mendukung peran jasa. Adrian Payne (2000:164). Lingkup penelitian di BUMA : Diwujudkan berupa alat berat, gedung kantor, workshop, mess karyawan dll	Merujuk ke Tabel 4.1. Variabel Operasionalisasi dengan skala likert

Keputusan pembelian	keputusan pembelian adalah: Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. (Kotler 2012:166). Lingkup penelitian di BUMA : Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian	Merujuk ke Tabel 4.1. Variabel Operasionalisasi dengan skala likert
---------------------	--	---



LAMPIRAN 2 : KUESIONER PENGUMPULAN DATA PENELITIAN

Keterangan Jawaban :

Sangat Baik (SB)	= Nilai 5
Baik(B)	= Nilai 4
Netral (N)	= Nilai 3
Tidak Baik (TB)	= Nilai 2
Sangat tidak Baik (STB)	= Nilai 1

A. Identitas Pribadi Responden

Berilah tanda silang pada pilihan jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/ibu Sekalian :

- 1). Jabatan :
- 2). Dept/divisi :
- 3). Masa Kerja di PT Berau Coal :
- 4). Tempat kerja terakhir sebelum bergabung di PT Berau Coal :
- 5). Lama bekerja di perusahaan terakhir di atas :
- 6). Jenis Kelamin :

a. Laki-laki	b. Perempuan
--------------	--------------
- 7). Umur :

a. ≤ 20 tahun	b. 21 – 30 tahun	c. 31 – 40 tahun
d. 41 – 50 tahun	e. ≥ 51 tahun	
- 8). Masa Kerja di PT Berau Coal :

a. 1 – 3 tahun	b. 4 – 6 tahun	c. 7 – 10 tahun
d. Lebih dari 10 tahun		
- 9). Pendidikan Terakhir:

a. SD	b. SMP	c. SMA
d. Diploma I/II/III	e. Sarjana	f. Pascasarjana

B. Daftar Pertanyaan.

1. Variabel Kualitas Jasa Penambangan

Pada kuesioner ini, anda diminta untuk menilai kemampuan PT BUMA dalam melakukan pengupasan, Pemberaian, Pemuatan dan pemindahan batuan penutup serta Batubara. Berikan tanda silang (x) pada kolom pilihan jawaban penilaian yang tersedia.

1.1. Dimensi Reliabilitas

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
1.1.1	Apakah kontraktor PT BUMA mampu melaksanakan Pengupasan, Pemuatan dan Pemindahan tanah penutup?					
1.1.2	Apakah kontraktor PT BUMA mampu melaksanakan pemberaian tanah penutup?					
1.1.3	Apakah kontraktor PT BUMA mampu melaksanakan penggalian batu bara?					

1.2. Dimensi Responsif

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
1.2.1	PT BUMA mampu memberikan respon dengan cepat dan tepat?					
1.2.2	PT BUMA mampu menyelesaikan masalah yang di miliki PT Berau Coal					

1.3. Dimensi Jaminan

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
1.3.1	PT BUMA memiliki peralatan dan teknologi yang mumpuni?					
1.3.2	Organisasi BUMA kuat dan berkomitmen.					

2. Variabel Orang/Karyawan

Pada kuesioner ini, anda diminta untuk menilai kompetensi orang/karyawan PT BUMA, secara obyektif dan jujur dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom pilihan jawaban penilaian yang tersedia.

2.1. Dimensi Pengetahuan

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
2.1.1	Karyawan PT BUMA mampu berfikir cepat terhadap berbagai isu yang muncul dalam pekerjaannya.					
2.1.2	Karyawan PT BUMA mampu bertindak tepat terhadap masalah sesuai pengetahuannya.					

2.2. Dimensi Pendidikan

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
2.2.1	Karyawan PT BUMA memiliki kualifikasi pendidikan yang sesuai dengan standard perusahaan					
2.1.2	PT BUMA mampu khususnya divisi Human Dev menghasilkan tenaga terampil melalui internal training perusahaan					

2.3. Dimensi Keterampilan

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
2.3.1	Karyawan PT BUMA memiliki keterampilan yg memadai untuk menjalankan tugas dan tanggung jawabnya					
2.3.2	Terampil memilih dan menerapkan prosedur kerja yg sesuai guna menyelesaikan tugasnya.					

3. Variabel Proses

Pada kuisioner ini, anda diminta untuk menilai Proses kerja, secara obyektif dan jujur dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom pilihan jawaban penilaian yang tersedia.

3.1. Dimensi Prosedur

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
3.1.1	PT BUMA memiliki SOP yang mencukupi untuk menjalankan aktifitas perusahaannya.					
3.1.2	SOP PT BUMA terdistribusi dan di ketahui oleh seluruh karyawan					

3.2. Dimensi Tugas

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
3.2.1	Tugas individu tercermin dalam struktur organisasi PT BUMA yg jelas.					
3.2.2	Rangkaian penugasan dan hand over terjadi dengan jelas.					

3.3. Dimensi Rencana

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
3.3.1	Perencanaan di lakukan dan di komunikasikan dengan <i>mine owner</i>					
3.3.2	Evaluasi terhadap rencana yg telah di jalankan					

3.4. Dimensi Arus Aktivitas

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
3.4.1	Operator menjalankan proses produksi dengan alat-alat kerja penambangan					
3.4.2	Manajemen mengelola seluruh operasi penambangan dan pelaporan					

4. Variabel Bukti Fisik

Pada kuisioner ini, anda diminta untuk menilai bukti fisik, secara obyektif dan jujur dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom pilihan jawaban penilaian yang tersedia.

4.1. Dimensi Penting

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
4.1.1	Alat-alat utama penambangan berkualitas.					
4.1.2	Fasilitas perawatan/workshop dan kantor tambang.					

4.2. Dimensi Tambahan

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
4.2.1	Fasilitas mess karyawan yang berkualitas					
4.2.2	Fasilitas lain seperti alat transportasi, seraga, penampilan lainnya yang berkualitas.					

5. Variabel Dependen Keputusan Pembelian

5.1. Dimensi Pengenalan Kebutuhan

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
5.1.1	PT BUMA dipertimbangkan karena merupakan partner strategis untuk mencapai kesuksesan rencana PT Berau Coal.					

5.2. Dimensi Pencarian Informasi

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
5.2.1	Informasi mengenai PT BUMA sudah di miliki secara lengkap dan detil sebagai bahan evaluasi.					

5.3. Dimensi Evaluasi Alternatif

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
5.3.1	PT BUMA telah di review serta dilakukan perbandingan dengan perusahaan sejenis secara mendalam sebelum diberikan mandate melakukan pekerjaan penambangan di area PT Berau Coal.					

5.4. Dimensi Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
5.4.1	PT BUMA merupakan pilihan yang tepat untuk di tetapkan menjadi partner strategis					
5.4.2	PT BUMA memiliki kinerja yang					

	baik dalam menjalankan penambangan batuan penutup dan batu bara					
5.4.3	PT BUMA mampu menjadi partner jangka panjang.					

5.5. Dimensi Perilaku Pasca Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban Penilaian				
		STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)
5.5.1	PT Berau Coal puas atas pekerjaan jasa yg di berikan oleh PT BUMA					
5.5.2	PT Berau Coal akan memberikan feedback positif mengenai PT BUMA kepada pihak2 lainnya.					



UNIVERSITAS
MERCU BUANA