

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CITRA SWALAYAN KOTA PADANG

Howardi Visza Adha<sup>1</sup>, Aluiwaauri Tafonao<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dosen Universitas Baiturrahmah

<sup>2</sup>Dosen Universitas Nias Raya

(<sup>1</sup>howardiva.89@gmail.com, <sup>2</sup>alui.tafonao@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Citra Swalayan Kota Padang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan bersifat asosiatif dengan unit analisis yang diteliti adalah semua konsumen yang berbelanja pada Citra Swalayan Kota Padang. Penelitian ini populasinya berjumlah 60 orang responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana:  $Y = 27,100 + 0,438 X$ . Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan. Dimana nilai konstanta sebesar 27,100 nilai Variabel Kualitas Pelayanan ( $\beta_1$ ) sebesar 0,438 berarti setiap kenaikan sebesar 1 satuan maka minat beli konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 438%. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen pada Citra Swalayan kota Padang. Dengan nilai t-hitung 5,502 > t-tabel 1,672 dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada Citra Swalayan kota Padang. Saran untuk objek penelitian 1) Diharapkan bagi pemilik usaha swalayan supaya menciptakan pelayanan yang baik terhadap konsumen demi kenyamanan konsumen pada saat melakukan pembelian. 2) bagi pemilik usaha agar menerapkan strategi yang modern dengan berbagai inovasi dalam menghadapi pesaing. 3) Diharapkan bagi pemilik usaha supaya menyediakan produk dalam berbagai ukuran supaya bisa memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dan tidak merasa kecewa pada saat berbelanja.

**Kata Kunci:** *Kualitas pelayanan; kepuasan konsumen*

### Abstract

*This research aims to determine the influence of service quality on consumer satisfaction at Citra Swalayan Padang City. This type of research is quantitative and associative research with the unit of analysis studied being all consumers who shop at Citra Swalayan Padang City. This*

research population consisted of 60 respondents. The data analysis method used is simple linear regression:  $Y = 27.100 + 0.438X$  Where the constant value is 27,100, the value of the Service Quality Variable ( $\beta_1$ ) is 0.438, meaning that for every 1 unit increase, consumer buying interest will increase by 438%. From the results of the research conducted, the Service Quality Variable partially has a positive and significant effect on the Consumer Satisfaction Variable at Citra Swalayan, Padang City. With a  $t$ -count value of 5.502 >  $t$ -table 1.672 and a significance level of  $0.000 < 0.05$ , then  $H_1$  is accepted and  $H_0$  is rejected, meaning that the Service Quality Variable ( $X$ ) has a positive and significant effect on the Consumer Satisfaction Variable ( $Y$ ) at Citra Supermarkets in the city of Padang . Suggestions for research objects 1) It is hoped that self-service business owners will create good service for consumers for the sake of consumer convenience when making purchases. 2) for business owners to implement modern strategies with various innovations in facing competitors. 3) It is hoped that business owners will provide products in various sizes so that they can meet the needs and desires of consumers and not feel disappointed when shopping.

**Keywords:** Service quality; consumer satisfaction

## **A. Pendahuluan**

Dewasa ini proses perkembangan usaha sangat pesat sehingga para pemasar dituntut untuk memiliki berbagai strategi dalam memenangi pasar. Pasar merupakan kegiatan transaksi barang antara penjual dan pembeli, namun saat ini kegiatan transaksi atau membeli suatu produk tidak hanya dilingkungan pasar melainkan berbagai jenis pasar seperti diinternet, buku katalog, koran, majalah dan lain sebagainya. Hal ini sangat bergantung pada keinginan konsumen atau rasa nyaman yang dimiliki seorang pembeli untuk melakukan pembelian dengan metode pasar tertentu.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses bisnis penyedia jasa. Pemberian pelayanan yang handal kepada konsumen, akan mendorong para konsumen untuk melakukan pembelian ditempat usaha atas dasar kesan baik atau pengalaman

sebelumnya yang didapatkannya. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut agar memberikan kualitas pelayanan terhadap konsumen guna untuk menumbuhkan rasa kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata. Menurut Kotler dan Alma dalam Panjaitan (2016), mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah “suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan”. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono Panjaitan (2016), Kualitas pelayanan merupakan “upaya

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen". Sedangkan menurut Kotler dalam Lubis (2017), kualitas pelayanan merupakan "sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain".

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Tafonao 2022).

Adapun indikator-indikator dalam mengukur kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, yaitu (Utami, 2009: 35):

1. Ketepatan waktu pelayanan

Hala-hal yang diperlukan adalah berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.

2. Akurasi pelayanan

Berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan.

3. Kesopanan dan keramahan

Dalam memberikan pelayanan, terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal.

4. Tanggung jawab

Berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan pelanggan.

5. Kelengkapan

Menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.

6. Kemudahan pelayanan

mendapatkan Berkaitan dengan banyaknya outlet, petugas yang melayani, fasilitas pendukung dan lain sebagainya.

7. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan

Berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi petunjuk dan bentuk lainnya.

8. Atribut pendukung pelayanan lainnya, atribut pendukung pelayanan lainnya seperti lingkungan, kebersihan, fasilitas musik, AC dan lain sebagainya.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang dan puas karena sesuatu yang diberikan kepadanya sesuai dengan keinginan dan harapannya juga merasa kebutuhannya telah terpenuhi (Tafonao 2021). Oleh karena itu seorang pemasar dituntut agar memberikan kualitas pelayanan terhadap konsumen guna untuk menumbuhkan rasa kepuasan konsumen. Berdasarkan pengamatan pendahuluan (observasi awal) peneliti pada Citra Swalayan Kota Padang, yaitu pemberian potongan harga masih belum ada, kemampuan usaha untuk menghadapi pesaing belum optimal, minimnya ketersediaan produk dalam berbagai ukuran.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan

seseorang. Kepuasan dapat diartikan sebagai rasa senang dan kelegaan seseorang di karenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Menurut Sunyoto dalam Khusaini (2016) Mengatakan bahwa kepuasan konsumen /pelanggan adalah “tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra dalam Sunarti (2019), kepuasan konsumen adalah “keadaan yang diperlihatkan oleh konsumen ketika mereka telah menggunakan jasa kemudian menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan telah sesuai yang diharapkan serta telah terpenuhi secara baik”.

Selanjutnya menurut Rosid (2008: 32) “bahwa kepuasan konsumen didefenisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian”. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan apabila kinerja dibawah harapan pelanggan maka pelanggan kecewa, apabila pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan akan puas.

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Kotler (2003 : 187), antara lain:

1. Kemantapan sebuah produk, merupakan strategi yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari pelayanan perusahaan lain.

2. Kebiasaan membeli produk, merupakan suatu dorongan terhadap pelanggan yang melakukan pembelian karna produk tersebut sesuai dengan selera dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan itu sendiri.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain, menjelaskan dan memberikan prioritas dalam tindakan yang harus diambil untuk meningkatkan selera pelanggan.
4. Melakukan pembelian ulang, pembelian ulang merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang pelanggan, dapat mendorong ia melakukan pembelian ulang, menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga pelanggan dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Konsumen merasa puas apabila perusahaan memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa terkesan dan akan melakukan pembelian secara berulang. Menurut Nasution dalam Khusaini (2016), Kualitas pelayanan merupakan “upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Pernyataan tersebut memberikan suatu penjelasan bahwa adanya kualitas pelayanan akan

menumbuhkan rasa kepuasan bagi konsumen.

Dwiastuti (2012: 151), menyatakan bahwa “konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen, demikian pula sebaliknya”. Artinya bahwa, kebutuhan akan kepuasan terhadap produk diperoleh dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh produk dan jasa begitu juga dengan sebaliknya. Menurut Kotler dan Keller (2008) “bila kualitas layanan suatu jasa baik, maka pelanggan puas, tetapi bila sebaliknya kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan puas dan mempengaruhi sikap pelanggan pada masa mendatang”.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Citra Swalayan Kota Padang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: adakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Citra Swalayan Kota Padang.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Citra Swalayan Kota Padang.

## B. Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif (sebab akibat). Menurut Sujarweni (2014: 39) bahwa

Penelitian kuantitatif adalah “jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)”.

### Populasi dan sampel

Menurut Arikunto (2017: 174) Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Citra Swalayan di kota Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Sampling Insidental*. Menurut Sugiyono (2017: 67) *Sampling Insidental* adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Sampel yang dikatakan cocok adalah apabila memenuhi kriteria, dari peneliti yaitu: tingkat pendidikan minimal tamat SMA/SMK sederajat, umur minimal 17 tahun dan maksimal 40 tahun. Pengambilan sampel tersebut dilakukan selama 14 (empat belas) hari, setiap jam 10.00-12.00 WIB setiap hari.

### Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran angket (kuesioner). Adapun kuesioner ini dibagi dalam dua yaitu kualitas pelayanan, kepuasan konsumen. Hasil pengumpulan data primer dari responden berupa jawaban dari kuesioner, selanjutnya dilakukan penentuan nilai atau skor dari

alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2012: 132) Skala likert adalah “digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor yakni:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Ragu-Ragu (RR)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dilakukan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan pada langkah penelitian selanjutnya yakni dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian sebagai alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dengan persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = f(X) \text{ atau } Y = a + bX + e$$

Keterangan:

a = Konstantas

b = Parameter yang nilainya diprediksi

X = Variabel kualitas pelayanan

Y = Variabel kepuasan konsumen

e = error

Untuk menghitung a dan b dengan menggunakan metode kuadrat terkecil dengan persamaan sebagai berikut:

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

$$b = \frac{\sum XiYi - \sum XiYi/n}{\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2/n} = \frac{n\sum XiYi - \sum XiYi}{\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

Keterangan:

a = Konstantas

b = Parameter

$\bar{Y}$  = Rata-rata nilai Y

$\bar{X}$  = Rata-rata nilai X

N = Jumlah observasi

Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah menggunakan uji parsial (uji-t) dan uji koefisien determinasi ( $r^2$ ).

#### 1. Uji t

Menurut Suliyanto (2011: 45) uji t digunakan “untuk menguji apakah variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak”. Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t<sub>hitung</sub> variabel tersebut lebih besar dibanding dengan nilai t<sub>tabel</sub>

#### 2. Uji R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Menurut Suliyanto (2008: 192) menyatakan “semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam

menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya”.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hipotesis yang diajukan maka hasil pengujian hipotesis secara parsial mengatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Citra Swalayan di kota Padang.

#### Uji t (Uji parsial)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) dengan menggunakan uji parsial (Uji t). Hasil Uji t dapat dijelaskan pengaruh secara parsial Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) yaitu diperoleh t-hitung untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 5,502 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai ttabel pada  $\alpha = 0,05$ ,  $df = (n-k-1)$  (60-1-1) pada df numerator 1, df deminator 58 adalah sebesar 1,672 (lihat lampiran 8). Karena nilai thitung 5,502 > ttabel 1,672 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05,

maka keputusannya adalah  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

#### Uji Koefisien Determinasi

Dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,354 sehingga dapat ditunjukkan bahwa 35,4% keragaman variabel terikat (kepuasan konsumen) dapat dijelaskan variabel bebas (kualitas pelayanan) sedangkan sisanya

64,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

#### Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan metode *ordinary last square (OLS)* yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Citra Swalayan kota Padang dengan persamaan regresi yang diperoleh:

$$\hat{Y} = 27,100 + 0,438 X$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Variabel terikat yang diprediksikan

$\beta_0 = 27,100$

$\beta_1 = 0,438$

X = Variabel Bebas

Nilai 27,100 merupakan nilai hasil persamaan regresi dari koefisien  $\beta_0$  sebagai konstanta (nilai tetap) dan nilai 0,438 merupakan nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan ( $\beta_1$ ) sebesar 0,438 berarti setiap kenaikan sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 43,8%. Dengan kata lain bahwa setiap terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan maka variabel kepuasan konsumen meningkat pada Citra Swalayan kota Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t-hitung 5,502 > t-tabel 1,672 dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan

Konsumen(Y). Artinya bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen(Y) pada Citra Swalayan kota Padang.

#### D. Penutup

#### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Citra Swalayan kota Padang. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen pada Citra Swalayan kota Padang. Dengan nilai t-hitung  $5,502 > t$ -tabel  $1,672$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen(Y) pada Citra Swalayan kota Padang.
2. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,354$  sehingga dapat ditunjukkan bahwa  $35,4\%$  keragaman variabel terikat (Kepuasan Konsumen) dapat dijelaskan variabel bebas (Kualitas Pelayanan) sedangkan sisanya  $64,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.
3. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear sederhana, maka koefisien regresi untuk ( $\beta_1$ ) sebesar  $0,438$  berarti

setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada kualitas

pelayanan dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar  $438\%$ .

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

1. Diharapkan bagi pemilik usaha swalayan supaya menciptakan pelayanan yang baik terhadap konsumen demi kenyamanan konsumen pada saat melakukan pembelian.
2. Diharapkan bagi pemilik usaha agar menerapkan strategi yang bagus dalam menghadapi pesaing.
3. Diharapkan bagi pemilik usaha supaya menyediakan produk dalam berbagai ukuran supaya konsumen tidak merasa kecewa pada saat berbelanja.

#### E. Daftar Pustaka

- Apriyani, Dwi Aliyyah. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsmen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51, no. 2. Universitas brawijaya.
- Arikunto. 2017. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darman. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Jom Faperta*. Vol. 2, No. 1. Universitas Riau.
- Diana. 2005. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*.

- Yogyakarta: Andi Offset.
- Dwiastuti. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Pres.
- Harlie. 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Upaya Meningkatkan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 14, No. 2. Uniska Banjarmasin.
- Khusaini, Ahmad. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *SKRIPSI*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler. 2003. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusmiati, Siti. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Koperasi Kopy Maniez Pondok Pesantren Nurul Umah Putri Yogyakarta. *SKRIPSI*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Lubis, Alfi Syahri. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Of Business Administrasi*. Vol 1 No 2. Prodi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam.
- Lusiana, Vera. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *SKRIPSI*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Panjaitan, Januar Efendi. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol 11 No 2. Universitas Telkom
- Rosit A. 2008. Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *SKRIPSI*. Jakarta: Universitas Islam Negeri.
- Sugiarto. 2000. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sulaksana, Wildan. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center yogyakarta. *SKRIPSI*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sulistiyawati. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Industri Ubur Gianyar. *E-jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No. 8. Universitas Udayana.
- Suliyanto. 2008. *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi dengan Microsoft Excel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunarti, Dika Lambang Krisdianti. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 70 No. 1. Universitas Brawijaya Malang.
- Tafonao, Aluiwaauri. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek

- Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kabupaten Nias Selatan." *JEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5(1): 119–29.
- — —. 2022. "Strategi Promosi Sebagai Upaya Melestarikan Objek Wisata Batu Megalit Tundrumbaho Di Desa Lahusa Idanotae Kecamatan Idanotae Kabupaten Nias Selatan." *HAGA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1: 28–31.  
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/HAGA/article/view/531>.
- Tangguh. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 61, No. 2. Universitas Brawijaya.
- Umar. 2009. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- 2010. Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Utami. 2009. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Mempergunakan Jasa Transportasi PT. Solo Central Taxi di Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 9, No. 1. Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- Wardani, Tri Ulfa. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jaya Transportasi Gojek. *SKRIPSI*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.