



Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Mida Top Di Demak

Hanik Khanifah¹, Syahrinullah²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

¹Email: hanikkhanifah961@gmail.com

²Email: syahrinullah@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Tujuan dari analisis ini adalah akan menyelidiki bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di Toko Mida Top Demak berhubungan dengan kualitas pelayanan. Dalam analisis ini, teknik pengumpulan representatif data yang melibatkan penyebaran kuesioner dan sampel 32 orang digunakan. Analisis ini diproses melalui metode kuantifikasi deskriptif. Uji t, uji F serta regresi linear sederhana diperlukan untuk menganalisis data. Versi SPSS yang digunakan untuk pengelolaan data adalah 29.0. Uji T membuktikan kualitas pelayanan memberi dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, dan uji F membuktikan kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan di Toko Mida Top Demak memiliki dampak yang sangat positif kepada kesenangan/ kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas layanan; Kepuasan pelanggan

The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction At Mida Top Store

Abstract

The purpose of this analysis is to investigate how the level of customer satisfaction at the Mida Top Demak store relates to service quality. In this analysis, a representative data collection technique involving distributing questionnaires and a sample of 32 people was used. This analysis is processed through descriptive quantification method. T test, F test and simple linear regression are needed to analyze the data. The SPSS version used for data management is 29.0. The T test proves that service quality has a positive impact on customer satisfaction, and the F test proves that customer satisfaction is positively influenced by service quality. The findings of this study prove that service quality at Toko Mida Top Demak has a very positive impact on customer pleasure/satisfaction.

Keywords: Service quality; Customer satisfaction

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Toko Mida Top adalah toko yang menjual produk seperti seragam sekolah, tas, sepatu, buku, alat tulis, dan perlengkapan sekolah lainnya. Toko ini berada di kabupaten Demak dan berada di pasar Wonosalam. Letaknya juga dekat dengan sekolah, sehingga Toko Mida Top diuntungkan dengan posisi ini karena mampu menarik perhatian pelanggan. Lokasi ini juga berpengaruh signifikan terhadap pelanggan Toko Mida Top karena banyak yang membeli perlengkapan sekolah disana. Perluasan dalam kebutuhan akan perlengkapan sekolah meningkat dengan cepat dan tinggi, terutama pada pergantian tahun atau saat kenaikan kelas. Toko Mida Top juga diuntungkan dari pergeseran kebiasaan konsumen yang berjalan seiring dengan meningkatnya permintaan akan perlengkapan sekolah.

Namun seiring dengan berjalannya waktu, banyak bermunculan toko-toko yang menawarkan produk yang sama dengan Toko Mida Top. Sehingga para pelaku usaha yang sudah lama berjualan menghadapi ancaman terhadap kemampuannya untuk bersaing serta bertahan di pasar seiring dengan persaingan yang semakin meningkat. Ketika toko-toko yang mampu bersaing mengalami peningkatan omzet, maka toko-toko yang tidak mampu bersaing akan mengalami penurunan omzet yang berujung pada penutupan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan dan mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke toko pesaing, strategi yang diarahkan pada kepuasan pelanggan diperlukan dalam menghadapi persaingan yang ketat. Salah satu aspek penting untuk meningkatkan daya

saing adalah kualitas layanan. Perilaku pelanggan yang beragam membuat lebih sulit untuk mempertahankan pelanggan agar tidak pergi. Selain menyediakan barang berkualitas tinggi, Toko harus memainkan peran penting dalam menjaga kualitas layanan. Pelanggan lebih cenderung bertahan dengan toko jika mereka menerima layanan berkualitas tinggi. Menurut Syah, (2021). Pelayanan kepada pelanggan bertujuan untuk membantau berbagai keluhan pelanggan dan memelihara serta meningkatkan hubungan psikologis antara produsen dan pelanggan. Ikatan semacam ini memungkinkan toko untuk hati-hati memahami persyaratan dan harapan pelanggannya dalam jangka panjang. Karena harapan pelanggan terus berubah, kualitas layanan yang mereka terima juga perlu diperhatikan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Menurut Sukei (2013) Pelanggan dan Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Pelanggan akan mengevaluasi dan membedakan layanan Toko Mida Top dengan toko lainnya, serta pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang diharapkan. Untuk mengembangkan bisnis dan melampaui persaingan, kepuasan pelanggan sangat penting untuk menghasilkan bisnis yang berulang-ulang dan yang positif dari mulut ke mulut. Peningkatan kualitas layanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan diperlukan untuk memuaskan pelanggan. Hal ini adalah tujuan utama pemberian pelayanan. Setiap pelayanan memerlukan bentuk layanan yang dapat diandalkan, yang berarti kapasitas toko untuk menawarkan layanan terbaik kepada pelanggannya. Memenuhi harapan pelanggan atas apa yang mereka inginkan akan menghasilkan kepuasan pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Meskipun Toko Mida Top memiliki keunggulan berada di kabupaten Demak, dengan lokasi di pasar Wonosalam dan dekat area sekolah, serta mampu bersaing dengan toko lain untuk bertahan di pasar, namun Toko Mida Top masih mempunyai tantangan termasuk dengan ketidakpastian apakah kualitas layanan yang diberikan telah menghasilkan kepuasan pelanggan atau justru malah menyebabkan pelanggan merasa tidak puas atau kecewa.

1.3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya mengenai Service Quality dan Customer Satisfaction serta pertimbangan dari teori, permasalahan, dan apa yang sudah terkumpul, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Mida Top di Demak.” Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Mida Top tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Fikri, dkk, (2020). Menyatakan bahwa "Sejauh mana suatu produk memenuhi harapan pelanggan adalah kepuasan pelanggan". Setelah pelanggan melakukan pembelian, loyalitas pelanggan dibangun untuk memenuhi harapan mereka. Sebaliknya, Kotler berpendapat (dalam Verawaty, dkk, 2022) bahwa kepuasan adalah kesenangan atau kekecewaan yang ditimbulkan oleh perbedaan persepsi seseorang terhadap kinerja suatu produk dengan harapannya. Pelanggan akan puas dengan kinerja yang memenuhi harapannya, tetapi mereka akan tidak puas dengan kinerja yang tidak memenuhi harapannya (Rohansyah, 2019). Menurut Oliver (dalam Indrasari, 2019). Mengatakan bahwa keadaan psikologis yang dikenal sebagai kepuasan pelanggan terjadi ketika perasaan seseorang tentang keinginan itu sendiri dikalikan dengan perasaan mereka tentang pengalaman. Sebaliknya, kepuasan pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh Tjiptono (dalam Adhari, 2019), hanya dapat diukur dan didefinisikan sebagai sikap yang ditunjukkan konsumen selepas menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Indrasari (2019). “Kualitas dikatakan baik ketika pemasok memberikan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan”. Kata “pelayanan” mengacu pada penanganan atau aktivitas apa pun yang bisa dikerjakan oleh satu orang akan kepentingan orang lain, maka itu adalah umumnya dipahami sebagai murni material dan tidak dapat diandalkan. Beberapa variabel yang mempengaruhi pelayanan pelanggan, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Jika produk Anda berkualitas tinggi, mereka akan langsung menggunakannya. Menurut Sofyan, dkk, (2021), kualitas layanan ditentukan oleh seberapa cepat suatu produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Kami dapat menegaskan bahwa persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan setelah menggunakannya adalah tingkat kepuasan pelanggan mereka. Hal itu berdasarkan beberapa klarifikasi terkait.

Hal ini sebanding dengan analisis yang dilakukan oleh Triongko, dkk, (2020), “Studi Pada Icoe PT. Meka Adipratama Aki Kota Semarang: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Beberapa hasil analisis sebelumnya yang disusun oleh penulis mengungkapkan kualitas pelayanan memberi dampak manfaat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan temuan analisis “Studi Pada Pelanggan Gojek di Kota Semarang: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Jasa Transportasi” oleh Soleh, dkk, (2018) yang menyimpulkan tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan yang menggunakan ojek online tidak bergantung pada kualitas pelayanan. Pelanggan Gojek menjadi subjek penelitian ini. Kajian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Otomoto Mantos” oleh Sumual, dkk, (2021) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan PT dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan. “Pengaruh Customer Management, Service Quality, dan Quality of Experience terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intending pada Pelanggan Pt Fac Sekuritas Indonesia di Yogyakarta” oleh Pradana (2018), sebaliknya mengungkapkan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi atau memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Word of Mouth Pelayanan Manajemen Nenek Di CV Speed Nenek” oleh Agustin, dkk, (2021) menemukan hubungan alami dan relevan antara kualitas pelayanan dan kepuasan atau kesenangan pelanggan. Aspek kualitas layanan diperiksa sehubungan dengan hubungan ini. Sebaliknya, Tresiya, dkk, (2018) menyimpulkan bahwa tidak ditemukan hubungan yang dapat dilihat antara kualitas layanan dan kebahagiaan pelanggan dalam analisisnya, “Studi Pada Perusahaan Jasa Servis Sepeda Motor: Pengaruh Kualitas dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek Online di Kota Kediri”.

III. METODE PENELITIAN

Analisis kuantitatif terhadap penelitian ini dilakukan. Teknik analisis yang disebut juga analisis deskriptif didasarkan pada populasi atau kejadian yang dianalisis. Menjawab permasalahan dan memperjelas pandangan ke depan para partisipan merupakan tujuan dari analisis ini. Ketika Pendekatan kuantitatif diterapkan, data numerik digunakan dalam perhitungan parsial, formulir, dan proposal penelitian, serta dalam proses dan hipotesis.

Sugiyono (dalam Fatmawati 2020) menggunakan metode yang teruji baik untuk menulis atau mengoreksi penelitian dengan bantuan data atau bukti yang ada, selain melakukan analisis atau menulis hasil yang diterima semua masuk akal, reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji T, uji F, serta SPSS 29.0 juga digunakan untuk mendukung peneliti. Hasilnya, penelitian ini menghasilkan analisis yang komprehensif tentang kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di Toko Mida Top. Peneliti ini mencakup 32 responden pelanggan Toko Mida Top.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Tingkat kevalidan atau kebenaran suatu instrumen diukur dengan validitasnya. Cara yang digunakan untuk menguji kebenaran masing-masing point permasalahan adalah dengan mengukur hubungan efektif yang ada antara angka total yang diterima setiap responden dari seluruh komponen kuesioner dan skor yang diterima setiap responden dari setiap item pertanyaan. Seperti yang ditunjukkan oleh Fatmawati, dkk, (2018). Membuktikan bahwa jika pengukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu benar maupun mampu dipergunakan akan menguji apapun yang semestinya diuji, maka instrumen dikatakan valid. Penulis penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen. Hasil keseluruhan dari pengolahan data yang peneliti lakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.29.0 tahun 2022.

Tabel.1 Hasil Semua Uji Validitas

Item Pernyataan	Jumlah item	Variabel independen(X) kualitas layanan			Variabel dependen (Y) kepuasan pelanggan		
		r-hitung	r-tabel	keterangan	r-hitung	r-tabel	keterangan
P1	32	.897	.367	Valid	.883	.367	Valid
P2	32	.686	.367	Valid	.725	.367	Valid
P3	32	.825	.367	Valid	.800	.367	Valid
P4	32	.683	.367	Valid	.719	.367	Valid
P5	32	.979	.367	Valid	.984	.367	Valid
P6	32	.979	.367	Valid	.984	.367	Valid
P7	32	.886	.367	Valid	.855	.367	Valid
P8	32	.865	.367	Valid	.844	.367	Valid
P9	32	.865	.367	Valid	.844	.367	Valid
P10	32	.865	.367	Valid	.844	.367	Valid

Source of software SPSS. 29.0

Kualitas pelayanan penulisan tentang pengelolaan data deskriptif, adalah variabel independen (x). Jika dapat dibandingkan dengan data aktual yang dikumpulkan dari subjek, hasil penelitian dianggap benar. Dasar pengambilan keputusan: Variabel pernyataan adalah valid jika r-hitung lebih tinggi dari r-tabel. Dalam hal r-hitung lebih rendah dari r-tabel, variabel proklamasi tidak benar. Perbandingan r-hitung dan r-tabel sebagai alat validator karena responden berjumlah 32 orang dan r-tabel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah 0,367 dan memiliki tingkat kesalahan 5%. Point pernyataan dinyatakan benar jika r-hitung lebih tinggi dari 0,367 atau lebih tinggi dari r-tabel item dalam angket layanan untuk variabel (x) diubah atau dihilangkan.

4.2. Uji Reabilitas

Sejauh mana suatu ukuran menghasilkan respons yang sama dari waktu ke waktu dan dalam berbagai keadaan dikenal sebagai uji reliabilitas. Jika hasil instrumen pengukuran stabil dan konsisten, instrumen tersebut dianggap andal. Statistik Cronbach Alpha ditentukan dalam uji reliabilitas, dan seluruh variabel dengan skor Cronbach Alpha lebih tinggi dari 0,6 dianggap mampu dipercaya. Hasilnya dapat menyimpulkan bahwa kuesioner bisa digunakan untuk mengumpulkan data dan bahwa variabel tersebut bisa dipercaya.

Tabel.2 Hasil Uji Realibilitas

Varibel	Cronbach's Alpha	Ketetangan
Kualitas Layanan (x)	0,959	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (y)	0,955	Reliabel

Source of software SPSS. 29.0

Skor Cronbach's Alpha akan variabel kualitas layanan yaitu $0,959 > 0,6$, dan nilai Cronbach's untuk kepuasan pelanggan adalah $0,955 > 0,6$, seperti yang ditunjukkan pada tabel hasil uji reliabilitas sebelumnya. Fakta bahwa skor Cronbach's Alpha lebih tinggi dari 0,60 membuktikan bahwa penelitian Variabel X dan Variabel Y dianggap dapat dipercaya.

4.3. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Pemodelan hubungan antara variable independen dan variabel dependen dilakukan melalui mempergunakan analisis linier sederhana. Pada analisis regresi langsung, hubungan antar variabel bersifat linear, artinya perubahan variabel terikat (Y) akan sering terjadi sebelum variabel independen

(X). Data yang digunakan untuk analisis statistik parametrik, seperti regresi linier sederhana, harus memiliki skala pengukuran dengan interval terkecil dan distribusi normal.

Tabel.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	<u>Coefficients^a</u>				
	Unstandardized B	Coefficients Std.Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	20.419	3,886		5,255	< 0,001
Kualitas Layanan	.062	.176	.64	.353	0,726

a. Dependen Variabel: Kepuasan Pelanggan.

Source of software SPSS. 29.0

Tabel.3 di atas menampilkan hasil uji regresi linear sederhana. Berdasarkan uraian persamaan garis regresi yaitu $Y = a + \beta X$, $Y = 20.419 + 0,062 X$ berdasarkan pengamatan terhadap masing-masing seperti dapat dilihat pada baris Koefisien B Tidak Terstandarisasi dari Tabel Koefisien B, nilai $a = 20.419$, dan nilai $\beta = 0,062$. Selain nilai a dan β dimasukkan ke dalam persamaan untuk garis regresi, memungkinkan pengaturan dari persamaan $Y = 20.419 + 0,062 X$ dijelaskan sebagai berikut: (1) Nilai konstanta a yang besarnya 20.419 menunjukkan bahwa nilai variabel dependen kepuasan pelanggan adalah sebesar 20.419 jika variabel independen kualitas layanan nol; (2) Koefisien Regresi untuk X (kualitas layanan) adalah β . Berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,062, besarnya Y akan meningkat sebesar 0,062 untuk setiap unit variabel X yang ditambahkan, selama variabel lain diasumsikan menjadi konstan.

4.4. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji t adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara independensi variabel dan ketergantungan variabel, yang disebut sebagai uji hipotesis. Persentase signifikansi 5% ($=0,05$) dapat digunakan sebagai ukuran regresi. Persyaratan uji statistik t adalah H_0 yang ditulis dan H_a ditulis bila signifikansi t lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan variabel dependen tidak dapat dimanipulasi oleh variabel bebas. Jika signifikansi uji- t lebih besar dari 0,05, maka ditulis H_a dan ditulis H_0 . Hal membuktikan variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas.

Hasil uji t -variabel kualitas ditunjukkan pada Tabel 3. Tingkat signifikansi adalah 0,001. Diterima dan disarankan karena nilai sig lebih tinggi dari nilai probabilitas lebih dari atau sama dengan 0,05. Dari perspektif variabel (X) dengan nilai t hitung 0,353 dan nilai t tabel 1,696 atau t hitung t tabel, terlihat bahwa kualitas tidak memberikan kontribusi terhadap derajat ketidakpastian (Y). Kualitas pelayanan Toko Mida Top di Demak berpengaruh positif atau positif terhadap kepuasan pelanggan.

4.5. Uji F / Uji Model

Untuk mengetahui sejauh mana perubahan semua variabel independen dapat menggambarkan perubahan Variabel Dependen, maka harus dilakukan uji F . Hal ini dilakukan agar perubahan pengaruh variabel independen dapat diuji secara bersamaan. Uji F atau ANOVA digunakan untuk membandingkan nilai kemungkinan dari hasil pemeriksaan dan pentingnya tinjauan.

Tabel.4 Hasil Uji F / Uji Model

ANOVA ^a					
Model	Sun Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6.290	1	6,290	.125	0,726 ^b
Residual	1510.178	30	50,339		
Total	1516.469	31			
a. Dependen variabel: kepuasan pelanggan					
b. Predictors: (Contant), Kualitas Layanan					

Source of software SPSS. 29.0

F-hitung adalah 0,125 yang sesuai dengan 0,001, seperti yang ditunjukkan pada tabel sebelumnya. Nilai f-tabel pada tabel faktual adalah 0,05, dan nilai untuk df 1 (jumlah faktor dikurangi satu), atau $2 - 1 = 1$, dan df 2 ($n - k$ minus 1), atau $32 - 2 - 1 = 29$, masing-masing ditampilkan.

Tingkat sig lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan nilai F-tabel adalah 3,33. Diikuti pengakuan H_a , dan H_o dihilangkan. 0,001 dianggap sebagai tingkat signifikan yang kurang dari 0,05. Ini berarti tingkat sig kurang dari 0,05. Berdasarkan temuan tersebut, variabel kualitas pelayanan dipengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, kesimpulan berikut dapat ditarik dari pembahasan sebelumnya:

Fakta bahwa kualitas layanan berdampak pada kepuasan pelanggan didukung oleh nilai uji t yang sangat tinggi. Temuan penelitian ini sebanding dengan temuan Triongko, dkk,(2020), yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Temuan uji F dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa H_a ada dan H_o tidak ada, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian dari Sumual, dkk, (2021), yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan di PT Otomoto Mantos dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan.

Uji t dan uji f Toko Mida Top Demak menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

Hasil analisis dapat digunakan oleh toko untuk mengevaluasi proses internal dan mempertimbangkan bahan ketika membuat keputusan tentang bagaimana meningkatkan layanan pelanggan.

Fokus penelitian ini hanya menggunakan variabel yang sedikit. Oleh sebab itu, dianjurkan kepada peneliti lain untuk memilih variabel tambahan, baik itu variabel harga atau promosi, untuk diteliti lebih mendalam agar hasil penelitian dapat lebih jelas. bervariasi dan unik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2019). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Agustin, R. P., Suparwo, A., Yuliyana, W., Sunarsi, D., & Nurjaya, N. (2021). Pengaruh

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Word Of Mouth Jasa Pengurusan Nenkin Di CV Speed Nenkin. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 4 (3), 186-190.
- Fatmawati, & Lubis, A. S. (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pasar Pusat Pasar Kota Medan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 1 (1), 1-9.
- Fikri, M. E., Ahmad, R., & Harahap, R. (2020). *Strategi Pengembangan Kepuasan Pelanggan Online Shop Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sabun Pyari)*. Medan: Universitas Pengembangan Panca Budi.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 193-212.
- Rohansyah, M. (2019). *Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit*. Yogyakarta: Gawe Buku.
- Sofyan, M., Junaidi, A., & Rahmawati, N. F. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jas Ekspedisi PT. Kadiri Logistik Cargo. *SENMAVIS: Conference Series* 1 (1), 83-95.
- Soleh, A. N., Harini, C., & Djamaludin, D. (2018). The Effect Of Service Quality, Price And Trust To Customer Satisfaction Users Of Transportation Service Online Ojek (Study On Customers Of Gojek In Semarang City). *Journal of Mnaheiment* 4 (4).
- Sukesi. (2013). *Loyalitas Pelanggan Produk Terasi Rebon*. Surabaya: Smarketindo.
- Sumual, Y. M., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos. *Productivity* 2 (1), 73-78.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Winida Bhakti Persada Bandung.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 1 (2), 208-224.
- Triongko, B., Widodo, U., & Widowati, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* 1 (2), 214-226.
- Verawaty, Saeni, N., Singkeruang, A. W., Kausar, A., & Mattarima. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *YUME: Journal Of Management*. 238-253.