

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DIVA PEKANBARU.

Ajeng Rizky Wulandari, S.E., M.M.¹, Chintya Apria²

¹Institut Teknologi dan Bisnis Master, Indonesia *Ajengr.wulandari12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PT. Diva Pekanbaru bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Diva Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan 95 orang. Analisis data menggunakan metode regresi linear sederhana dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji R², Uji t. Pengujian tersebut dilakukan guna mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Diva Pekanbaru berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi R² sebesar 0,584. Hal ini berarti variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 34,1% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misal: promosi, harga, dll. Koefisien variabel kualitas pelayanan 0,435. Berarti jika variabel kualitas pelayanan dinaikkan 1 satuan, maka kepuasan pelanggan pada PT. Diva Pekanbaru akan naik sebesar 0,435 satuan. Koefisien variabel kualitas pelayanan bertanda positif berarti semakin baik kualitas yang diberikan pihak PT. Diva Pekanbaru maka kepuasan pelanggan pada PT. Diva Pekanbaru juga akan ikut meningkat. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung (6,935) > ttabel (1,661) dengan sig 0,000 < probabilitas 0,05 yang berarti hal ini Ho ditolak Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Diva Pekanbaru.

ARTICLE HISTORY

Diterima 15 Januari 2023

Direvisi 21 Februari 2023

Diterima 10 Mei 2023

KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Dalam era globalisasi peralatan elektronik dalam rumah tangga sangat dibutuhkan untuk memenuhi keinginan untuk melengkapi alat rumah tangganya. Disaat ini berbagai bisnis usaha menjual produk banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari salah satunya adalah toko elektronik.

Usaha toko elektronik sangat menjanjikan dimana setiap orang pasti membutuhkan barang elektronik tersebut. Elektronik sangat berperan penting dalam kehidupan, dengan barang elektronik tersebut bisa membantu dalam berbagai masalah kehidupan. Dengan barang elektronik dapat memberikan informasi dan menyelesaikan pekerjaan rumah dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Persaingan dalam bidang usaha toko elektronik yang banyak untuk memperebutkan konsumen dengan pelayanan yang berbeda dalam menyikapi konsumen. Salah satu strategi agar perusahaan mampu dan dapat mempertahankan pembeli agar tetap loyal adalah dengan membangun komunikasi dan citra yang baik dimata konsumen dan publik. Menurut Kotler dan Keller (2012 : 274) pengertian citra perusahaan adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.

PT Diva adalah toko elektronik yang menjual barang-barang elektronik baik dengan cash maupun kredit dengan pengajuan syarat identitas diri dan survey kerumah. Pelayanan sangat diperlukan untuk daya tarik konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk tersebut. Adanya persaingan bisnis dalam toko elektronik, maka setiap perusahaan dituntut untuk siap dalam menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat dengan perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada pembeli sehingga pembeli membeli barang tersebut. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan dapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Kotler dalam Lupiyoadi (2014 : 7) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Ajengr.wulandari12@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:228) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. PT Diva Elektronik menyediakan berbagai jenis produk elektronik dan furniture. PT Diva senantiasa melakukan peningkatan pelayanan terhadap pembeli dengan harapan pembeli merasa terpuaskan tetapi beberapa pelayanan kurang maksimal dan kurang handal dalam menyikapi konsumen sehingga konsumen kurang puas, yakni dalam kenyamanan toko yang kurang bersih beberapa pajangan toko yang berdebu serta kurangnya keramahan karyawan pada saat melayani pelanggan.

Tabel 1.1 Daftar Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan
1	Barang tidak sesuai pesanan pelanggan
2	Pengiriman lebih dari 3 hari
3	Pajangan toko berdebu
4	Pembayaran ditagih sebelum jatuh tempo
5	Karyawan tidak ramah kepada pelanggan

Sumber PT. Diva pekanbaru

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa terdapat beberapa keluhan pelanggan PT Diva Pekanbaru yang kurang maksimal yang dapat mengakibatkan kepuasan pelanggan tidak.

Tabel 1.2 Data Jumlah Pelanggan 2020

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	44 Orang
2	Februari	38 Orang
3	Maret	33 Orang
4	April	30 Orang
5	Mei	32 Orang
6	Juni	27 Orang
7	Juli	36 Orang
8	Agustus	32 Orang
9	September	33 Orang
10	Oktober	32 Orang
11	November	35 Orang
12	Desember	34 Orang
Jumlah		406 Orang

Sumber: PT. Diva Pekanbaru

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa tahun 2020 bahwa pelanggan pada bulan januari sampai bulan desember sebanyak 406 orang dengan adanya jumlah pelanggan yang berubah-ubah (fluktuatif).

Tabel 1.3 Data Penjualan Karyawan

No	Tahun	Penjualan	Persen tase
1	2018	Rp. 8.756.430.000	73%
2	2019	Rp. 7.797.922.000	65%
3	2020	Rp. 4.386.516.000	37%

Sumber: PT. Diva Pekanbaru

Dari tabel 1.3 terlihat bahwa tahun 2018 mempunyai omset tertinggi yaitu Rp. 8.756.430.000 (73%), pada tahun menurun menjadi Rp. 7.797.922.000 (65%), dan pada tahun 2020 mengalami

penurunan menjadi Rp. 4.386.516.000 (37%).

Pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam proses kerja suatu perusahaan sehingga karyawan mampu meningkatkan kinerja pekerjaannya dengan lebih baik, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA PT. DIVA PEKANBARU**".

Dukungan teoritis

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik (Aria & Atik, 2018:16).

Kualitas, apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dari pelanggan. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berdampak pada terciptanya rintangan beralih (switching barriers), biaya beralih (switching costs), dan loyalitas pelanggan.

Menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip oleh Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Tjiptono dan Sunyoto (2012), mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Menurut Sunyoto (2012), "Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standard kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standard kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen".

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi suatu perusahaan, dimana ketika pihak perusahaan atau penyedia jasa dapat memenuhi kepuasan atau ekspektasi konsumen hal ini akan berdampak baik bagi perusahaan itu sendiri.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Giese dan Cote, secara umum kepuasan pelanggan mengarah kepada respon pelanggan, apakah pelanggan sangat puas terhadap produk respon tersebut yang terjadi berdasarkan waktu, yaitu setelah terjadinya pemilihan produk, konsumsi, dan berapa lama kepuasan itu bertahan. Berdasarkan kerangka defisional yang disusun oleh Giese dan Cote (2000) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2011:292), kepuasan pelanggan adalah :

a. Rangkuman berbagai intensitas respon aktif.

Tipe respon efektif dan tingkat yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya.

b. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas.

Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.

c. Yang ditujukan bagi aspek penting dalam pemerolehan dan atau konsumsi produk.

Peneliti harus mengidentifikasi focus riset berdasarkan pertanyaan riset atau masalah manajerial yang

dihadapi. Fokus ini bisa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan dan konsumsi produk.

Menurut Lupiyoadi, dkk (2008), guna meningkatkan kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu sebagai berikut :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pihak pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu menciptakan atau membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
4. Mengembangkan dan menerapkan accountable, proactive, dan partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran.

Menurut Kivert dan Simonson (2002) dalam Sangadji dan Sopiah (2013,181) kepuasan konsumen dapat menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang sehingga dapat terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut sehingga dapat menguntungkan perusahaan. Sedangkan menurut Aritonang (2010) kepuasan konsumen adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut.

Metode penelitian

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data, yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka tertulis.

Adapun sumber data yang dapat penulis kumpulkan dalam penulisan skripsi ini adalah : (Sugiyono, 2010:14)

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dan objek penelitian melalui wawancara dan kuisioner dengan pihak pimpinan dan karyawan pada UD. Semangat Bersaudara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang penulis peroleh dan sumber daya yang ada kaitannya dengan penelitian ini berupa data yang sudah tersedia seperti data jumlah karyawan, struktur organisasi perusahaan dan data lainnya yang mendukung analisa dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan yang menjadi sumber data dan informasi mengenai sesuatu yang ada hubungannya dengan penelitian tentang data yang diperlukan. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Suharmi Arikunto,2010: 173). Populasi dalam penelitian ini 128 orang.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek dan sumber data serta informasi dalam penelitian yang akan mewakili dari semua penelitian. Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Diva Pekanbaru. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 orang. Para responden yang telah melakukan pengisian kuisioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden penelitian pada PT. Diva Pekanbaru.

Hasil

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Diva Pekanbaru. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 orang. Para responden yang telah melakukan pengisian kuisioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden

penelitian pada PT. Diva Pekanbaru.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5.1 : Jenis Kelamin Responden

Kategori Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	50	53%
Perempuan	45	47%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data Olahan, 2021.

Dari tabel 5.1 dapat dilihat jumlah responden laki-laki sebanyak 50 orang (53%) dan perempuan 45 orang (47%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menjawab adalah laki-laki.

Responden Berdasarkan Usia

Tabel 5.2 : Umur Responden

Kategori Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
21-30 Tahun	45	48%
31-40 Tahun	36	38%
41-50 Tahun	8	8%
>50 Tahun	6	6%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data Olahan, 2021.

Berdasarkan tabel 5.2 dapat dilihat sebagian besar umur responden yang menjawab 21 sampai 30 tahun dengan jumlah 45 orang (48%) sedangkan umur 31 sampai 40 tahun sebanyak 36 orang (38%) dan 41 sampai 50 tahun dengan jumlah 8 orang (8%) dan > 50 tahun dengan jumlah 6 orang (6%). sebagian besar umur responden yang menjawab pada berkisar antara 21 sampai 30 tahun yaitu sebanyak 45 orang (49%).

Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 5.3 : Pendidikan Responden

Kategori Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SMA	43	45%
Diploma 3	38	40%
Strata 1	14	15%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data Olahan, 2021.

Dari tabel 5.3 dapat dilihat pendidikan responden pendidikan SMA dengan jumlah 43 orang (45%) dan Diploma 3 dengan jumlah 38 (40%) dan pendidikan Strata 1 menjawab 14 orang (15%). Dengan demikian pendidikan SMA paling banyak menjawab.

Kualitas Pelayanan

Responden adalah 128 (26,94%) responden berada pada kategori sangat setuju, 240 (50,52%) responden berada pada kategori setuju, 86 (1,81%) responden berada pada kategori netral, 21

(4,42%) responden berada pada kategori tidak setuju, sedangkan pada kategori sangat tidak setuju tidak ada jawaban responden. Adapun nilai rata-rata adalah 4,00. Secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap rekapitulasi variabel kualitas pelayanan adalah setuju.

Kepuasan Pelanggan

Responden adalah 70 (24,56%) responden berada pada kategori sangat setuju, 143 (50,17%) responden berada pada kategori setuju, 57 (20%) responden berada pada kategori netral, 1 (0,35%) responden berada pada kategori tidak setuju, sedangkan pada kategori sangat tidak setuju tidak ada jawaban responden. Adapun nilai rata-rata adalah 3,94. Secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap rekapitulasi variabel kepuasan pelanggan adalah setuju.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Diva Pekanbaru dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari variabel independen. Dari rumusan masalah penelitian yang telah diajukan, maka analisis yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Diva Pekanbaru terbukti valid dan reliabel.
2. Berdasarkan hasil penelitian uji normalitas didapatkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan berdistribusi dengan normal dengan hasil bukti hasil noktah (titik) menyebar dalam garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal.
3. Berdasarkan analisis secara parsial, hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung (6,935) > ttabel (1,661) dengan sig 0,000 < probabilitas 0,05 yang berarti hal ini H_0 ditolak H_a diterima, , sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Diva Pekanbaru.
4. Berdasarkan perhitungan koefisien Determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,341. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 34,1% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misal : promosi, harga, dll.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan dalam hal memberikan kepuasan mahasiswa yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan diharapkan untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan dalam kenyamanan toko dan keramahan karyawan maka dalam kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.
2. Bagi akademik hendaknya menambah referensi kepustakaan yang dapat dijadikan sebagai rujukan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian khususnya di bidang manajemen pemasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya, jumlah sampel dapat diperluas lagi agar dapat digeneralisasi dengan lingkungan yang lebih luas serta untuk mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi

- Alex, S Nitiseminto, 2014. *Manajemen* Buchari, Alma.2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy,Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran Andi Offset* . Yogyakarta. Alfabeta: Bandung.
- Fandy,Tjiptono. 2016. *Service, Quality& Satisfaction*. Yogyakarta .Andi.
- Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi analisis multi variat dengan program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit di Universitas Diponegoro.
- Greenberg . Paul.2010.*CRM at the speed of light: social CRm strategis ,tool ,and techniques for*

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Ajengr.wulandari12@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

- engaging your customer*(4th edition). Newyork: Mc Graw- Hall Inc Hardiansyah. 2011.
Kualitas Pelayanan Publik.Yogjakarta. Gava Media.
- Hasan ,Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. CAPS: Yogjakarta.
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*.Jakarta:Rajawali
- Kasmir . 2017 . *Customer Service Excelent Teori dan Praktik* .Jakarta : Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler ,P dan Keller , K ,L .2012. *Manajemen Pemasaran* . Edisi ke12 . Jakarta . Erlangga.
- Kotler ,Philip dan Kevin Lane Keller . 2012 .*marketing management 13 new jersey*: pearson prentice Hall. Inc
- Kotler,Philip dan Kevin Lane Keller. 2016.” *Marketing Management Edisi 15*”. New Jersey:Pearson pretice Hall, Inc.
- Lovelock .C dan Lauren . K. Wright. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih bahasa . Agus Widyanoro . Cetakan kedua . Jakarta: PT.
- Lupiyoadi , Rambat . 2014 . *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* . Edisi ke 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi, 2013. “*Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution)*”. MediaKom, Yogyakarta..
- Sugiyono, 2010. “*Metode Penelitian Administrasi*”. Cetakan XVIII, Alfabeta, Bandung. Widodo, Suparno, 2015. “*Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*” Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono, 2013. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”. Bandung : Alfabeta.
- Sugioyono, 2017. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sunyoto, Suyanto 2011. *Analisis regresi untuk uji hipotesis*, Yogyakarta. Caps. Jurnal dan Skripsi
- Dicky Kustrianto Fadillah.2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik , Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fathira Virdha Noor.2020. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia*. Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Januar effendi panjaitan dan Ai Lili Yuliati.2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Sanata Dharma Yogjakarta
- Melania Desanti Rahayu.2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Ratna Sari dkk.2020. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Toko MS Elektoronik Banjarmasin*. Fakultas Ekonomi Program Study Manajemen Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.
- Syahputra Imawan dkk “*pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan*” Jurnal Ilmiah progresif manajemen bisnis. November ,40.
- Wiratama Davy Wijaya .2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Ashar Elektronik Kendal*. Prodi administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.