

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL GENERASI KNALPOT

Haikum Amir Muhamad Aziz

Universitas Mulawarman

haikumamir@gmail.com

Kadori Haidar

Universitas Mulawarman

Kadori.haidar@fkip.unmul.ac.id

Vitria Puri Rahayu

Universitas Mulawarman

vitria.puri@fkip.unmul.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction in the Samarinda exhaust generation workshop. This research uses causal associative research. The data collection method used is by interviewing and distributing questionnaires to 65 respondents. Hypothesis testing using simple linear regression analysis method is used to determine the effect of the independent variable with the dependent variable, namely the quality of service on customer satisfaction. The results showed that there was a positive and significant effect on service quality (X) on customer satisfaction (Y) in the Samarinda exhaust generation workshop, as evidenced by the value of $Y = 20,803 + 0.406X$ and a significance of $0.000 < 0.05$. Based on the results of the partial regression coefficient research (t test) it shows that the tcount value is 6.515 and the ttable value is 1.997 or $t_{count} > t_{table}$, so H_a is accepted and H_o is rejected. While the coefficient of determination (R) is known that the coefficient value is 0.403. This research is expected to be a reference for future research.

Keywords: service quality, consumer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bengkel generasi knalpot samarinda. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan menyebar angket (kuesioner) terhadap 65 responden. Uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bengkel generasi knalpot samarinda, hasil penelitian koefisien regresi secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,515 dan nilai t_{tabel} 1,997 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Sedangkan dalam koefisien determinasi (R) diketahui nilai koefisien sebesar 0,403.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang berkembang di dunia otomotif pada saat ini adalah bisnis knalpot racing. Bisnis knalpot racing merupakan suatu usaha yang memberikan pelayanan jasa maupun barang berupa knalpot untuk memenuhi kebutuhan kendaraan masyarakat. Persaingan semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis knalpot racing yang menghasilkan produk dengan berbagai jenis dan kualitas pelayanan yang baik. Dengan demikian, para bisnis knalpot racing dituntut untuk menciptakan produk berkualitas serta pelayanan yang berkualitas baik agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk dan jasa yang telah ditawarkan yang kemudian dapat bersaing dan lebih maju dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis knalpot racing harus selalu melakukan inovasi baru seperti memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Persaingan dalam dunia bisnis otomotif saat ini semakin kompetitif untuk mendapat nama dan posisi terbaik di pasar. Dalam hal ini setiap perusahaan dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat menciptakan pelayanan yang berkualitas dan membentuk kepuasan konsumen agar mampu bersaing di pasar. Persaingan yang semakin ketat mewajibkan pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bersaing dan bertahan dengan *competitor* lain. Perusahaan harus mampu mengetahui dan memahami keinginan konsumennya

Pelayanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga berkaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka terciptanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi (Panjaitan dan Ai, 2016: 266). Selain itu, (Agustina, Ellyawati, & Rahayu, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menurut setiap konsumen berbeda - beda karena apa yang dirasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen satu tidak sama dengan harapan konsumen yang lain.

Maka pelayanan dalam hal ini dapat diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemampuan, kemudahan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Hasil observasi pertama peneliti memperoleh informasi dari 10 konsumen

dengan memberi kuesioner kepada 7 orang konsumen dan wawancara kepada 3 orang konsumen, bahwa 8 dari 10 konsumen mengeluh karena pelayanan yang kurang komunikatif, kurang cepat dalam menyelesaikan pekerjaan, terkadang pelayanannya baik, terkadang juga pelayanannya kurang, serta fasilitas yang telah disediakan oleh Generasi Knalpot masih belum cukup baik seperti fasilitas tempat tunggu dan halaman parkir yang tidak memadai dan konsumen mengeluhkan fasilitas tempat tunggu yang masih kurang. Konsumen juga menyarankan kepada pihak Generasi Knalpot Samarinda agar memperbaharui beberapa fasilitas seperti kursi yang sudah tidak nyaman digunakan. Selain itu, konsumen juga mengeluhkan tempat parkir kendaraan yang disediakan oleh pihak Generasi Knalpot masih cukup membingungkan. Tempat parkir bagi pengunjung Generasi Knalpot sangat kecil hanya untuk 1 mobil dan 5 motor, sehingga apabila kondisi Generasi Knalpot Jalan Sentosa No.100 sedang ramai kunjungan maka konsumen terpaksa untuk parkir kendaraan di bahu jalan raya. Melihat hal ini Generasi Knalpot perlu memperhatikan kenyamanan parkir kendaraan bermotor.

Berdasarkan uraian diatas yang berlandaskan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meliza (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wardah *Beauty House Medan*” dan pada penelitian Taupik (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Bandung”. Dari kedua penelitian tersebut dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga berdasarkan kedua penelitian sebelumnya maka dilakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Generasi Knalpot Samarinda”.

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Generasi Knalpot Samarinda Tahun 2022.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Generasi Knalpot Samarinda yang berada di jalan Sentosa No.100, Sungai Pinang Dalam, Kecamatan Sungai Pinang, Kota Samarinda dan berlangsung selama 1 bulan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif

kausal menggunakan metode analisis data.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner kepada seluruh konsumen. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas sebagai uji prasyarat untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak, serta digunakan pula uji hipotesis yaitu uji t dengan taraf signifikansi 5%, uji koefisien determinasi dan uji regresi linier sederhana.

Dalam pengujian dengan pendekatan Analisa Regresi Sederhana. Dimana bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dimana perubahan pada variabel bebas (X) akan diikuti oleh perubahan pada variabel terikat (Y) secara tetap. Secara matematis analisis regresi sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = A + Bx + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian adalah seluruh konsumen bengkel Generasi Knalpot Samarinda. Penelitian ini diselenggarakan pada bulan April hingga Mei 2022 secara offline. Hasil data yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan adalah sebagai berikut.

Hasil

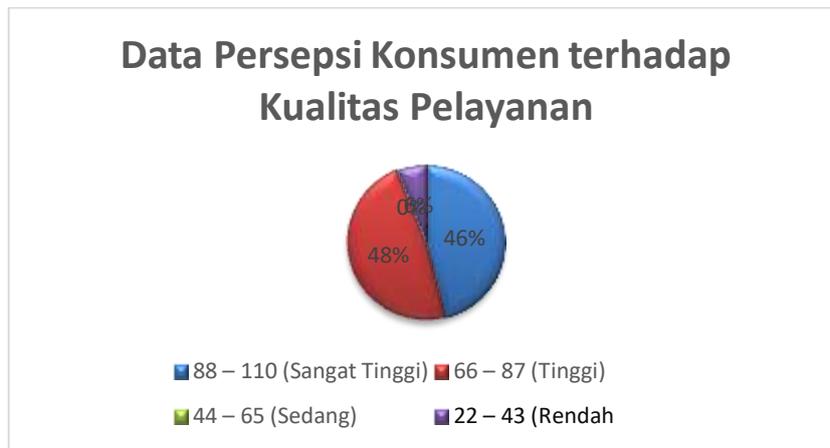
Tabel. 1 Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Kategori	Interval	Kualitas Pelayanan	
			Frekuensi	Persentase
1	Sangat tinggi	88 - 110	30	46%
2	Tinggi	66 - 87	31	48%
3	Sedang	44 - 65	0	0
4	Rendah	22 - 43	4	6%
Jumlah			65	100%
Rata - rata			83,8	
Nilai tertinggi			109	
Nilai terendah			32	

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1 tersebut, diperoleh hasil analisis statistik deskriptif kualitas pelayanan menghasilkan rata-rata sebesar 83,8, nilai tertinggi (*Max*) 109, dan nilai terendah (*Min*) sebesar 32. Nilai rata-rata 83,8 masuk dalam kategori tinggi. Persepsi

konsumen yang termasuk kategori kualitas pelayanan sangat tinggi sebesar 46%, konsumen yang termasuk kategori tinggi sebesar 48%, konsumen yang termasuk kategori sedang tidak ada atau 0%, dan konsumen yang termasuk kategori rendah sebesar 6%. Selanjutnya penyebaran persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dapat divisualisasikan pada bagan 1.



Bagan 1. Diagram Pie chart Data Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan bagan 1, hasil persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan menunjukkan konsumen yang memiliki persepsi kategori rendah 6%, konsumen kategori sedang 0%, konsumen kategori tinggi 48%, dan konsumen kategori sangat tinggi 46%.

Tabel. 2 Persepsi Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

No.	Kategori	Interval	Kualitas Pelayanan	
			Frekuensi	Persentase
1	Sangat tinggi	56 - 70	38	58%
2	Tinggi	42 - 55	22	34%
3	Sedang	28 - 41	1	2%
4	Rendah	14 - 27	4	6%
Jumlah			65	100%
Rata - rata			54,9	
Nilai tertinggi			69	
Nilai terendah			23	

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 2 tersebut, diperoleh hasil analisis statistik deskriptif kepuasan konsumen menghasilkan rata-rata sebesar 54,9, nilai tertinggi (*Max*) 69, dan nilai terendah (*Min*) sebesar 23. Nilai rata-rata 54,9 masuk dalam kategori tinggi. Persepsi konsumen yang termasuk kategori kualitas pelayanan sangat tinggi sebesar 58%,

konsumen yang termasuk kategori tinggi sebesar 34%, konsumen yang termasuk kategori sedang sebesar 2%, dan konsumen yang termasuk kategori rendah sebesar 6%. Selanjutnya penyebaran persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dapat divisualisasikan pada bagan 2.



Bagan 2. Diagram Pie chart Data Persepsi Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan bagan 2, hasil persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen menunjukkan konsumen yang memiliki persepsi kategori rendah 6%, konsumen kategori sedang 2%, konsumen kategori tinggi 34%, dan konsumen kategori sangat tinggi 58%.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov karena sampel lebih dari 50. Uji ini dilakukan dengan bantuan *Program Software SPSS 24*. Taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05.

Tabel. 3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.66890388
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.079
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,088 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji Regresi Sederhana, uji Koefisien Determinasi, dan Uji T dengan bantuan *software SPSS 24*. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

**Tabel. 4 Hasil Uji Regresi Sederhana
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	20.803	5.315		3.914	.000
	Kualitas Pelayanan	.406	.062	.634	6.515	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2022)

Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi yang didapat $Y = 20,803 + 0,406X$. Nilai konstanta sebesar 20,803, artinya apabila tidak terjadi perubahan variabel kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen didapati nilai sebesar 20,803. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0,406, artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1% dan konstanta adalah 0, maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,406, dan nilai koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, maka semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan dilakukan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

Tabel. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.403	.393	7.730

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah (2022)

Dari tabel 5 diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0,634. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,403 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel (X) Kualitas Pelayanan terhadap variabel (Y) Kepuasan Konsumen adalah sebesar 40,3%. Sedangkan sisanya (100% - 40,3% = 59,7%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini.

Tabel. 6 Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.803	5.315		3.914	.000
	Kualitas Pelayanan	.406	.062	.634	6.515	.000

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (2022)

Dapat dilihat pada tabel 6 diatas diketahui nilai t_{hitung} sebesar $6,515 > t_{tabel}$ 1,997. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bengkel Generasi Knalpot Samarinda. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptanya kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang telah diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa telah puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang dan konsumen akan bercerita kepada kerabat atau banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus mempertimbangkan dengan

matang betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan karena saat ini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan hal penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan dengan kompetitor. Selain itu, perusahaan harus memperluas saluran untuk memperluas pasar. Hal ini sejalan dengan (Rahayu, Astuti, Mustangin, & Sandy, 2022) mengatakan bahwa semakin banyak saluran yang digunakan akan semakin luas jangkauan pasar usaha tersebut.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noor (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi pada Alfatih *Bussiness Center* II HPAI Kota Bengkulu)”, menunjukkan bahwa dengan memberikan suatu pelayanan dengan sebaik-baiknya akan terciptalah kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama.

Sesuai dengan hasil uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,634 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) karena nilai R mendekati angka 1. Nilai (R Square) sebesar 0,403 yang berarti bahwa 40,3% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) yang dirasakan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada bengkel Generasi Knalpot Samarinda.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wardah *Beauty House* Medan”, menunjukkan bahwa peneliti menggunakan H_a yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada wardah *beauty home medan*.

KESIMPULAN

Ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dan diperoleh nilai (R^2) sebesar 40,30% sedangkan sisanya ($100\% - 40,3\% = 59,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini. Nilai regresi sebesar $Y=20,803+0,406X$. Diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $6,515 > t_{tabel} 1,997$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaiknya lebih ditingkatkan pelayanan kepada konsumen terutama pada kebersihan bengkel agar konsumen menimbulkan kesan tersendiri dalam melakukan jasa kepada bengkel generasi knalpot samarinda.

Meskipun hasil penelitian ini mendukung teori yang ada. Oleh karena itu, bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang sejenis sebaiknya meneliti pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara lebih mendalam. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya juga menambahkan variabel lain yang belum tercantum dalam penelitian ini, karena masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, kualitas produk, promosi, dan lain-lain. Sehingga diperoleh model statistik yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Ellyawati, N., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional* Vol. 1, No. 2. Samarinda: Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Muallwarman.
- Apriyani, & Dwi Aliyyah Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 51(2), 2.
- Arianty, & Nel. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 16(2), 71.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakti, & Umar. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*. Vol 22(1), 144.
- Basith, & A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De'Pans Pancake and Waffle di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 11(1), 1.
- Febrini, & Irma Yanti. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok Kaliurang Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 10(1), 38.
- Hadad, Muliaman D, & Istianana Maftuchah. (2015). *Sustainable Financing Industri Jasa Keuangan Dalam Pembiayaan Berkelanjutan*. Jakarta: PT Elex Medua Komputindo.
- Halim, & Fitria. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasan, & Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Immanuel, Brilliance Hymy, & Sherly Tanoto. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Hastaco Tour and Travel. *Agora*. Vol 7(1), 3.
- Jannah, Miftahul, & Nurdiyanti. (2021). Pengaruh Pembelajaran Online Berbantuan Google Classroom Terhadap Hasil Belajar Siswa SMA Pada Materi Sistem Peredaran Darah Pada Manusia. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*. Vol 1(1), 79.
- Kasmir, Lupiyoadi R, & Hamdani A. (2012). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Khusaini, Ahmad. 2016. *Analisis Kualias Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Spa Club Arena Yogyakarta*. **Skripsi: Fakultas Ilmu Keolahraagaan, Universitas Negeri Yogyakarta**
- Lupiyoadi R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

- Meriyani, D, Zulkifli, H, Faizal, & M. (2019). Analisis Determinan Persepsi Masyarakat Mengenai Kesehatan Lingkungan di Sentra Industri Jumputan Tuan Kentang Kertapati Palembang. *Jurnal Kesehatan. Vol 10(2)*, 163-168.
- Muhson, & A. (2015). *Pedoman Praktikum Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: FE UNY.
- Nefrida. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ibrahim Abdullah Budi Mulia Cabang Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing. Vol 7(5)*, 2-5.
- Panjaitan, Januar Efendi, & AI Lili. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen. Vol 11(2)*, 266.
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal Of Community Service Learning*, 112-121.
- Rosalia, Kikky Jenitha, & Ni Ketut Purnawati. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud. Vol 8(5)*, 2446.
- Sholehuddin, Sulton, & Fahrurrozi Rahman. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Khai Khai Thai Tea Kota Malang). *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan). Vol 5(2)*, 96.
- Siregar, & Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Solihin, D, & Wibawanto E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol 3(3)*, 30-36.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulisyawati, A, Made, N, & Seminari, N.K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *Doctoral Dissertation, Udayana University. Vol 4(8)*, 2319.
- Sukmawati, Rina. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. **Skripsi:** Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Sunarti, & Dwi Aliyyah Apriyani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 51(2)*, 2.
- Wulandari, Winda, & Erni Masdupi. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Usaha Murni. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik. Vol 2(2)*, 3.



<https://jurnal.fkip.unmul.ac.id/index.php/prospek>

Jurnal Prospek : Pendidikan Ilmu Sosial dan Ekonomi

Volume 4 No 1 Juli 2022

E-ISSN 2721-0855

Yusup, & Febrianawati. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. Vol 7(1), 17-18.