

**ANALYSIS OF QUALITY IMPLEMENTATION ON SERVICE PERFORMANCE IN
REALIZING CUSTOMER SATISFACTION**

**ANALISA PELAKSANAAN KUALITAS TERHADAP KINERJA PELAYANAN
DALAM MEWUJUDKAN KEPUASAN PELANGGAN**

Adong Hotma Megawati

meaadong1@gmail.com

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Winayamukti

Abstract

Along with the development of technology and information, organizational problems are increasing both in terms of quantity and quality demands of service users. Service quality is an important factor and root that is able to provide satisfaction for customers. So that customers feel satisfied with the services provided The purpose of writing this article is to discuss the influence of service implementation on service performance in realizing customer satisfaction. This research uses library research methods by collecting several journals related to the research title. A total of 20 research journals were used as references in this research. The results of the discussion show that service quality influences service performance in realizing customer satisfaction, service quality influences service performance, service quality influences customer satisfaction, service performance influences customer satisfaction. This article concludes that achieving customer satisfaction and optimal service performance can be done by improving service quality.

Keywords: *Implementation of Statistical Service Programs, Service Performance, Customer Satisfaction*

Abstrak

Seiring dengan pengembangan teknologi dan informasi, persoalan organisasi semakin bertambah banyak baik dari segi kuantitas maupun tuntutan kualitas para pengguna jasa. Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan penulisan artikel ini adalah membahas tentang pengaruh pelaksanaan pelayanan terhadap kinerja pelayanan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan mengumpulkan beberapa jurnal yang berhubungan dengan judul penelitian. Sebanyak 20 jurnal penelitian digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Hasil pembahasan menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kinerja pelayanan dalam mewujudkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kinerja pelayanan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kinerja pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artikel ini berkesimpulan bahwa untuk mewujudkan kepuasan pelanggan dan kinerja pelayanan secara optimal dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Seorang pelanggan yang puas akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan maupun instansi. Kepuasan akan muncul jika pelanggan menilai positif pelayanan yang diterimanya. Kepuasan tidak akan muncul jika pelanggan menilai negatif pelayanan yang diterima. Kepuasan dapat dipengaruhi oleh perbandingan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan dengan yang diharapkan oleh para pelanggan. Kemajuan atau kesuksesan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja yang dilakukan oleh perusahaan atau instansi tersebut. Kualitas layanan merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui jasa yang mengiringi produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan (Agusti dan Verano, 2022). Kualitas layanan yaitu ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2011)

Ada perbedaan *bargaining position* (tawar menawar) antara pelayanan publik (pemerintah) dengan pelayanan yang bersifat bisnis. Dalam organisasi pemerintah lebih

dominan pada pejabat pemerintah yang memiliki posisi lebih tinggi dalam posisi tawar menawar. Artinya ketika seseorang membutuhkan pelayanan dengan organisasi pemerintah maka pihak pemerintah mempunyai kekuasaan lebih untuk melakukan apa saja, baik itu pelayanannya memuaskan orang yang dilayani ataukah tidak. Hal tersebut tidak/sedikit mempunyai pengaruh dengan keberadaan lembaga pemerintah. Meskipun dalam jangka panjang lembaga yang pelayanannya tidak memuaskan/optimal maka akan merugikan lembaga tersebut karena dalam perjalanannya akan bersaing dengan lembaga non pemerintah/swasta. Sedang untuk lembaga swasta pihak pelanggan mempunyai posisi kuat karena mati hidupnya perusahaan akan sangat banyak tergantung dengan para pelanggan. Dalam organisasi yang bersifat bisnis (*privat*) maka kinerja pelayanan yang diselenggarakannya lebih baik karena perusahaan mempunyai ketergantungan yang kuat dengan klien (pelanggan) sehingga pelanggan mempunyai kedudukan lebih tinggi dalam bargaining position. Di samping itu adanya kecenderungan kompetitif dalam kinerja pelayanan terhadap perusahaan lain menyebabkan kedudukan pelanggan lebih kuat.

Salah satu tujuan suatu entitas bisnis adalah mewujudkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi eksistensi suatu bisnis serta, memuaskan pelanggan juga dapat meningkatkan kualitas bisnis dalam bersaing dengan bisnis-bisnis sejenis (Nurhalimah dan Nurhayati, 2019). Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu faktor utama untuk mengukur kinerja pegawai pelayanan. Dalam penentuan kualitas pelayanan, kinerja pegawai sangat berpengaruh besar terhadap pelayanan yang dilakukan. Kinerja pegawai merupakan salah satu hal yang sangat diperhitungkan dalam kualitas suatu pelayanan, jika kinerja pegawai baik maka pelayanan yang diberikan baik dan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu pegawai. Pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya (Lupiyoadi dan Hamdani 2016). Untuk itu, upaya perbaikan kualitas layanan maupun kualitas produk akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis (Woro & Naili, 2013) dan (Qomariah, 2012) mengemukakan secara umum ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dan jasa adalah kualitas. Maka tidak heran jika banyak perusahaan memperbaiki kualitas pelayanan mereka guna menarik konsumen yang rela membelanjakan banyak uang untuk mendapatkan kualitas, namun demikian faktor lain tetap dibangun seperti promosi, strategi harga, lokasi dan lain sebagainya.

Pelayanan yang optimal harus ditunjang oleh berbagai aspek, salah satu aspek krusial yang harus mendapatkan perhatian oleh lembaga teknis pemerintahan di setiap level adalah terpenuhinya kepuasan publik sebagai pengguna jasa, karena secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi citra lembaga teknis pemerintah yang pada akhirnya akan meningkatkan mutu pelayanan pemerintah kepada masyarakat (Hidayat, 2019).

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (Januar, 2016) dalam memberikan penilaian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, konsumen memberikan beberapa kriteria yang secara garis besar adalah: 1) Kehandalan (*Reability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. 2) Daya tanggap (*Responsive*) yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. 3) Kepastian (*Assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. 4) Empaty (*Empathy*) yaitu kesediaan untuk peduli memberikan pelatihan pribadi kepada pelanggan. 5) Berwujud (*Tangible*) yaitu penempatan fasilitas fisik, personil dan materi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menurut (Familiar dan Maftukhah, 2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang ideal adalah ketika pelayanan

yang diterima melampaui harapan konsumen dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007). Sedangkan (Oliver, 2007) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007).

Kinerja Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan standar yang harus diupayakan apabila perusahaan atau instansi ingin memberikan kontribusi yang optimal pada pelanggan. Pelanggan akan mempunyai perasaan dimudahkan dan dilayani segala kebutuhan dan penyelesaian permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat maupun pelanggan. Kualitas ini meliputi aktivitas kegiatan yang harus dilalui oleh karyawan yang bertugas dibagian pelayanan untuk memenuhi hasil/produk yang harus dipenuhi oleh pelanggan. Secara spesifik kegiatan tersebut merupakan metode, prosedur maupun sistem yang ada sebagai satu kesatuan untuk menghasilkan layanan yang memuaskan.

Handoko dalam (Ferrinadewi dan Djati, 2004:16) berpendapat bahwa keunggulan kompetitif yang paling sulit untuk ditiru dan lebih bertahan lama adalah Sumber Daya Manusia (SDM) melalui praktek-praktek sumber daya manusia dalam perusahaan tersebut. Seorang pegawai memiliki cara yang berbeda-beda dalam melakukan suatu pekerjaan, tergantung kemampuan yang dimiliki oleh setiap masing-masing individu, jadi tidak semua pegawai dapat melakukan apa yang diinginkan oleh setiap pelanggan, kadang ada beberapa pelanggan merasa bahwa kinerja pegawai tidak baik, tetapi ada yang berpendapat kinerjanya baik tergantung penilaian masing-masing individu. Namun dalam penentuan kualitas pelayanan, kinerja pegawai sangat berpengaruh besar terhadap pelayanan yang dilakukan. Sehingga kemajuan atau kesuksesan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja yang dilakukan oleh perusahaan atau instansi tersebut. Kinerja pelayanan merupakan ketercapaian suatu pelayanan yang terukur dari sisi target pelayanan yang ditetapkan sebelumnya (Manane, Duli, and Taolin 2022)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ketercapaian suatu harapan yang dibuktikan dengan perasaan senang, kembali menggunakan produk yang tersedia baik itu barang atau jasa, merekomendasikan layanan yang diperoleh kepada orang lain, rasa kecintaan yang tinggi terhadap produk baik barang dan jasa tersebut (Manane, dkk. 2022)

Menurut Tjiptono (Hami *et al*, 2016) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana keinginan dan harapan pelanggan bisa tercapai sehingga pembeli merasakan apa yang diperoleh sesuatu yang sama dengan apa yang diharapkan. Hawkins dan Lonney dikutip dalam (Tjiptono, 2001) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari: 1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung Kembali 3) Kesiediaan merekomendasikan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk

dari suatu merek, maka umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

METODE

Metodologi penelitian yang digunakan adalah kepustakaan dengan pendekatan literature review. Penelitian kepustakaan ialah penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan didukung oleh berbagai macam materi yang ada di perpustakaan seperti buku, artikel dan berita. Menurut Sugiyono penelitian kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui buku, artikel-artikel dan berita dengan kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pelanggan. Teknik analisa penelitian yang digunakan adalah triangulasi yaitu menganalisis sumber data penelitian melalui tahapan sebagai berikut: 1) pengumpulan data; 2) reduksi data; dan 3) display data. (Huda *et al*, 2023)

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen adalah sebesar 0,714 sebesar 71,4%. (Zahra, 2021)

Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki sumbangan pengaruh sebesar 81,1 % terhadap kepuasan konsumen di KFC Medan Perjuangan. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang telah dikemukakan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berbanding lurus atau positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, begitu pula pada variabel kualitas produk yang berbanding lurus atau positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, artinya semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen (Agusti dan Verano, 2022).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan adalah sebesar 23,7% dan sisanya sebesar 76,3% dipengaruhi variabel lain. Secara simultan ada pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel ini memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan di Saung Manglid Wanayasa Purwakarta. (Nurhalimah dan Nurhayati, 2019).

Kualitas pelayanan mempunyai efek secara langsung terhadap kepuasan konsumen (Krisdianti, 2019). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara serentak terhadap kepuasan konsumen (Fauzi dan Mandala, 2019). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan terhadap keputusan kepuasan pelanggan adalah signifikan di Sari Ater Hot Spring Resort Ciater (Dedy & Alfandi, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra perusahaan dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan mempunyai pengaruh paling

dominan terhadap kepuasan pelanggan dihome di kota Semarang (Pantawis 2021) .Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Assauri, 2015).

Kepuasan pelanggan Fedex Express Surabaya dipengaruhi sebesar 58,3% oleh kualitas pelayanan,yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pengaruh variabel tangible menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Khoirista, Yulianto, dan Mawardi, 2015).

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Veloutsou, 2005). Kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 72,2 persen sedangkan sisanya sebesar 27,8 persen dipengaruhi oleh variabel lain terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud. Hal ini berarti semakin bagus pelayanan suatu restoran akan meningkatkan kepuasan dari pelanggannya. (Sulistyawati, dan Seminari 2015).

Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tentunya upaya melakukan pengembangan organisasi harus selalu diupayakan oleh jajaran pimpinan terlepas apakah bentuk lembaganya publik maupun swasta. Salah satu dimensi yang perlu diperhatikan adalah dengan membangun kualitas pelayanan serta memperbaiki manajemen pelayanan. Membangun budaya untuk adanya kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan harus melekat pada seluruh sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Apabila prinsip-prinsip dalam membangun manajemen pelayanan serta perhatiaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kualitas menjadi perhatian serta diaplikasikan dalam proses pelayanan maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan. Di samping itu penting untuk memperhatikan adanya standar kualitas pelayanan yang menjadi ukuran/patokan dalam penilaian kualitas pelayanan.

Secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi pula kepuasan yang mereka sarankan (Istianto dan Tyra, 2012). Secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya (Lauw dan Kunto, 2013).

SIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin bagus pelayanan suatu perusahaan atau instansi akan meningkatkan kepuasan dari pelanggannya. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut meningkatkan keramahan karyawan dalam melayani konsumen, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, membantu pelanggan untuk mendapatkan pelayanan sesuai kebutuhannya, mampu memberikan solusi terhadap permasalahan pelanggan. Perusahaan ataupun instansi harus menyediakan layanan komplain dan menerima kritik saran dari pelanggan terhadap kinerja pegawai pelayanan dan organisasi sebagai bahan evaluasi penilaian kinerja dan dasar untuk peningkatan kualitas pelayanan perusahaan dan peningkatan kinerja pegawai pelayanan demi meningkatkan kepuasan pelanggan di periode berikutnya, Jadi pada intinya kualitas pelayanan dan kinerja pegawai secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jika kualitas pelayanan dan kinerja pegawai meningkat maka, kepuasan pelanggan juga akan meningkat dan pelanggan akan

melakukan kembali pelayanan di perusahaan, instansi tersebut, dan bisa saja akan menjadi pelanggan setia.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2015. "Manajemen Pemasaran." Jakarta : Rajawali Pers. Sangadji, E.M dan Sopiah 2015. Prilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : Andi.
- Ayse Ozfer Ozcelik, L. S.A. a. M. S. S. 2007. "An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender." *Humanity & Social Sciences Journal*, 2(1) 43-50.
- Afrinda Khoirista, Edy Yulianto, M. Kholid Mawardi. 2015. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 25 No. 2
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). "Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di Sari Ater Hot Spring Resort Ciater". *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 18-25. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.678>
- Eet Saeful Hidayat. 2019. "Kinerja pelayanan birokrasi dalam mewujudkan kepuasan pelanggan". *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, jurnal.unigal.ac.id.
- Erna, Ferrina dewi dan S. Pantja Djati. 2004. "Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Sumber Daya Manusia, (*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*." 6:1)
- Familiar, K., & Ida Maftukhah. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan." *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.
- Fatihaha Dinda Zahra. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada KFC Home Centa Medan. Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara MEDAN
- Hami, M. L. S. A., Suharyono, & Hidayat, K. 2016. "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan(Survei pada Pengguna sepeda motor Honda Vario all variant di service center Honda AHASS Sukma Motor Jalan Sigura-gura Barat Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(1), 81–89.
- Huda, N., Lake, Y., & Sitorus, D. R. H. (2023). Strategi Investasi pada Aset Cryptocurrency. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 49-53.
- Huda, N. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan YPP Darul Huda Wonodadi Blitar. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 23-30.
- Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D.N., and Isa, S.M. 2006. Service Quality Client Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm: Perception of Malaysia Public Listed Companies. *Manajerial Auditing Journal*, 21(7), pp:738-756.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 1(3): h:275-293.

- Ivo Selvia Agusti, Yogaswara Verano. 2022. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan)." Niagawan 11:1 Maret 2022.
- Januar, P. E. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung." DeReMa Jurnal Manajemen, 11(2), 265–289. Retrieved from <file:///C:/Users/User.User-PC/Downloads/197-741-1-PB.pdf>
- Kastawan mandala, and Muhammad Ryan Fauzi. 2019. "Purposive Sampling." Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan 8 (11): 6741–61.
- Krisdianti, Dika Lambang, and Fakultas IlmuAdministrasi. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square" 70 (1): 36–44. Malik Ibrahim. Siti Marijam Thawil. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan". 4 (1):175–82
- Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1): h:1-7.
- Lupiyoadi R, Hamdani A. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Manane, Desmon Redikson; Taolin, Maximus L.; Babulu, Natalia Lily. 2022. "THE INFLUENCE OF LABOR , CAPITAL , AND MANAGEMENT ON THE PRODUCTIVITY OF IMKM ASSISTED BY THE DINAS PERINDUSTRIAN." 11(03):686–91.
- Manane, Desmon Redikson, Dominikus Kopong Duli, and Maximus Leonardo Taolin. 2022. "Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Sedaratan Timor." *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 8(3):668. doi: 10.29210/020221515.
- M Syahwi, S Pantawis - ECONBANK: Journal of ..., 2021 jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id
- Ni Made Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari. 2015. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud." E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, : 2318-2332.
- Nuni Nurhalimah, Ade Nurhayati KD. 2019. "Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelayanan terhadap kepuasan pelanggan." Jurnal Ekonomi dan Bisnis 6:2, 1 -5.
- Sitorus, D. R. H., Agustian, D., Huda, N., & Sitorus, F. H. (2022). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN KUPANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 10(1), 9-15.
- Seram, R. B., & Huda, N. (2021). Pengaruh Ketersediaan Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warnet Golden. *Bertuah*, 2(2), 36-43.
- Oliver, Sandra. 2007. Strategi Public Relations. Jakarta : Esensi.
- Tjiptono & Chandra, G. 2011. Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.
- Woro, M., & Naili, F. (2013). "Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta Cilacap)." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).