



THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN TEH POCHI INDONESIA

Akbar Jaya

IAIN Fattahul Muluk Papua

Akbarjayaahmad040178@gmail.com

ABSTRACT

This study investigates the impact of service quality on customer satisfaction at Teh Pochi. The research sample consists of 83 customers of Teh Pochi who have made repeat purchases, selected through an accidental sampling method. Data were gathered using a questionnaire designed with a Likert scale to measure responses. The analysis was conducted using a simple regression analysis method via the SPSS 16 application. The findings from the t-test reveal that service quality significantly influences customer satisfaction, with a significance value of 0.000, which is less than the threshold of 0.05. This indicates a strong statistical relationship between the two variables. Furthermore, the coefficient of determination test results in an R Square value of 0.485, suggesting that 48.5% of the variation in customer satisfaction can be attributed to service quality. The remaining 51.5% is influenced by other factors not examined in this study. These results underscore the importance of maintaining high service quality to enhance customer satisfaction, while also indicating that other variables should be explored to fully understand the drivers of customer satisfaction at Teh Pochi.

Keywords: The Effect of Service Quality, Customer Satisfaction, Teh Pochi



PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli.

Masih tingginya tingkat keengganan pelanggan untuk menyampaikan keluhan ini bisa disebabkan adanya kecenderungan enggan bertatap muka secara langsung dengan pihak perusahaan, kurangnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, nilai produk atau jasa yang dibeli relatif kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan keluhan.

Pelanggan yang menyampaikan keluhan pada perusahaan dan keluhan mereka



didengarkan oleh pihak perusahaan akan menceritakan perlakuan baik yang mereka terima tersebut kepada rata-rata 5 orang. Tetapi, pelanggan yang tidak puas rata-rata menggerutu kepada 11 orang. Jika masing-masing orang tersebut masih memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendapatkan berita buruk itu akan berlipat ganda.

Langkah bijaksana dalam menghadapi situasi ini adalah, tidak panik, tidak buru-buru menanggapi, tidak menyepelekan, memposisikan sebagai pendengar yang baik, serta segera mengambil tindakan yang benar dengan melakukan koordinasi terhadap pihak-pihak yang bersangkutan.

Adapun kepuasan pelanggan bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Kualitas layanan yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan. Hal ini dibuktikan pada jurnal, Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan seseorang loyal terhadap perusahaan.

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin mengglobal membawa dampak pada dunia usaha dituntut untuk selalu dapat bersaing dalam hal peningkatan mutu produk barang dan jasa. Salah satu kemajuan tersebut adalah dibidang minuman Teh Pochi. Seperti diketahui Teh Pochi merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena dengan kemasan yang besar serta harga terjangkau. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kesadarannya dalam memilih minuman yang berkembang di masyarakat. Maka dari itu banyak masyarakat memilih minuman yang tidak banyak menggunakan bahan pengawet. Di Indonesia sudah banyak perusahaan yang mengeluarkan minuman Teh.

Salah satu perusahaan yang menyediakan Minuman Teh Pochi dengan pelayanan yang baik merupakan salah satu usaha minuman yang fokus pada Teh, yang dimana menjual produk-produk yang dijamin 100% Halal. Teh Pochi sudah tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, peneliti melakukan penelitian di Teh Pochi karena usaha ini merupakan salah satu minuman yang digemari masyarakat sekitar. Pada observasi awal ditemukan pelanggan tetap yang membeli Teh Pochi yang menyampaikan keluhan yaitu tidak sesuai rasa yang diharapkan oleh konsumen. Adanya keluhan tersebut menurut peneliti, dikarenakan kurangnya penjelasan mengenai produk kepada pelanggan saat melakukan transaksi jual beli.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Teh Pochi. Penelitian ini melibatkan 83 pelanggan Teh Pochi yang telah melakukan pembelian ulang,



yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan responden pada saat penelitian dilakukan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terkait kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan mereka. Skala Likert ini terdiri dari lima pilihan jawaban yang berkisar dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis regresi sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS 16.0. Metode ini digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05. Selain itu, uji koefisien determinasi (R Square) dilakukan untuk mengetahui persentase variasi kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Keseluruhan item variabel penelitian mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu pada taraf signifikan 5% atau ($\alpha = 0,05$) dan $n = 83$ ($n = 83 - 2 = 81$) diperoleh $r_{tabel} = 0.2159$ maka dapat diketahui r_{hitung} tiap-tiap item > 0.2159 . Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Item	R Hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	x1	0,360	0,2159	Valid
	x2	0,530	0,2159	Valid
	x3	0,525	0,2159	Valid
	x4	0,589	0,2159	Valid
	x5	0,411	0,2159	Valid
	x6	0, 635	0,2159	Valid
	x7	0, 393	0,2159	Valid
	x8	0,489	0,2159	Valid



	x9	0,658	0,2159	Valid
	x10	0,700	0,2159	Valid
	x11	0,604	0,2159	Valid
	x12	0,671	0,2159	Valid
	x13	0,556	0,2159	Valid
	x14	0,470	0,2159	Valid
	x15	0,617	0,2159	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari r hitung $>$ r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	y1	0,660	0,2159	Valid
	y2	0,529	0,2159	Valid
	y3	0,670	0,2159	Valid
	y4	0,419	0,2159	Valid
	y5	0,666	0,2159	Valid
	y6	0,717	0,2159	Valid
	y7	0,643	0,2159	Valid
	y8	0,577	0,2159	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari r hitung $>$ r tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

2. Uji Realibilitas

Realibilitas adalah untuk mengetahui sejumlah mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama



dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Alpha Cronbach yang dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliable, bila koefisien menggunakan batasan 0,6.7 Hasil uji realibilitas direkap pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil
Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,836	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	0,761	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai cronbach alpha yang lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk penelitian ini adalah menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov-Smirnov Test $> 0,05$ (5%). Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters	Mean	.0000000
Std. Deviation		1.66414257
Most Extreme	Absolute	.060
Differences	Positive	.052
Negative		-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.547
Asymp. Sig. (2-tailed)		.925
a. Test distribution is Normal.		



Dari tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test hanya dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada output SPSS 16. Dapat terlihat bahwa data Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,991 > 0,05(5\%)$, sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

4. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk menguji apakah rata-rata antara tiga atau lebih kelompok data yang independen memiliki varian yang sama atau tidak. Metode pengambilan keputusan untuk uji homogenitas yaitu jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima (varian sama) dan jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak (varian berbeda). Berikut ini disajikan hasil uji homogenitas data dari penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 5
Hasil Uji Homogenitas Data
Test of Homogeneity of Variances
Kualitas Pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.453	7	73	.198

Dari hasil tabel 5 di atas dapat diketahui signifikan variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel adalah homogen, artinya sampel yang diambil dari populasi yang sama dapat mewakili dari jumlah populasi yang ada.

5. Model Regresi Sederhana

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linier sederhana:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.563	2.745		4.941	.000
Kualitas Pelayanan	.350	.040	.696	8.728	.000

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier seperti berikut ini:

$$Y = 13.563 + 0,350 X$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan



besarnya nilai X merupakan regresinya yang diestimasi sebagai berikut: Nilai konstanta (β_0) sebesar 13,563 artinya apabila variabel bebas kualitas pelayanan (X) dalam keadaan konstanta atau (0), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 13,563. Artinya kualitas pelayanan tidak ada, pelanggan tidak akan puas. Koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,350 artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,350 artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik, maka pelanggan HNI- HPAI tidak akan puas. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka pelanggan HNI-HPAI akan puas.

6. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05). Berikut tabel hasil uji t:

Tabel 7 Hasil Uji t
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	13.563	2.745		4.941	.000
Kualitas Pelayanan	.350	.040	.696	8.728	.000

Berdasarkan hasil Uji t di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.

7. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat dilihat pada bagian Adjusted R Square tabel model Summary. Berikut ini disajikan hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696a	.485	.478	1.674



Berdasarkan tabel 8 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,696 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R² sebesar 0,485 yang berarti 48,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS 16. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,485. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 48,5% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, Roky. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat", Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2018.
- Aryani, Dwi., Febrina Rosinta. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 2010
- Arif, M. Nur Rianto Al. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta. 2012
- Barata, Atep Adya. Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2004
- Daga, Rosnaini. Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute. 2017
- Departemen Agama RI. "Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya". Bandung: CV Penerbit J-ART. 2005
- Dianto, Indra Wahyu. "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No.30 Yogyakarta." Yogyakarta; Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2013
- Fatihudin, Didin., Anang Firmansyah. Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish. 2019
- Febriani, Rezki. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi slam)." Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017
- HPAI, Panduan Sukses. Referensi Utama Produk Halal Dunia. Jakarta: PT. HPAI. 2016
- Indrasari, Meithiana. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press. 2019



- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan) dikutip dari <https://kbbi.web.id/layan>, pada hari Senin, tanggal 27 Desember 2019, Pukul 20.21 WIB
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Marketing Management Thirteenth Edition*, terj. NBob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2009
- Kotler, Philip. *Marketing Insights From A to Z 80 Concepts Every Manager Needs To Know*, terj. Anies Lastiati. Jakarta : Erlangga. 2003
- Kusmiati, Siti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Koperasi "Koppi Maniez" Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta)." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2015
- Muttaqin, Ivan. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang." Semarang: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. 2013.
- Panjaitan, Januar Efendi., Ai Lili Yulianti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung." *Jurnal Manajemen*. 2016
- Pratama, Kevin Aditya. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo." Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2018.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media. 2016
- Produk, Katalog. *Referensi Utama Produk Halal Dunia*. Jakarta: PT.HPAI. 2016.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: Kompas Gramedia Building. 2013
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Reni, Dewi., Sri Asmawati. "Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah", *Islaminomic*, 2016.
- Rohman, Abdur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam." Jakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan .2017
- Saputra, Ariyanto. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Palembang: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Adiguna. 2012
- Siregar, syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana. 2013
- Siyoto, Sandu., Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Solahika Salma, Fitriah., Ririn Tri Ratnasari. "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand kalmias di Surabaya", *Jurnal JESTT*, 2015



- Strategic, Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal. Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian). Bandung: Alfabeta. 2007
- Suryani, Ade Irma. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru" Pekanbaru: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial. 2012.
- Saputri, Ayu Eka. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. HPAI (Herbal Penawar Alwahida Indonesia) Cabang Pekanbaru", Jurnal JOM FISIP, 2019.
- Sulaksana, Wildan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Yogyakarta." Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2017