



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Riska Jangko^{1*}, Raflin Hinelyo², Abdulrahim Maruwae¹, Meyko Panigoro¹, Melizubaida Mahmud¹, Maya Novrita Dama¹

¹*Economic Education Department, Universitas Negeri Gorontalo.*

²*Management Department, Universitas Negeri Gorontalo*

Article Info

Article history:

Received: 25 November 2022;

Accepted: 21 January 2023;

Published: 28 January 2023.

Keywords:

Service Quality; Customer Satisfaction

Abstract

It employed a quantitative approach with a survey research method. The data used were primary data obtained from distributing questionnaires to customer at PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Dumoga Timur Subdistrict, Bolaang Mongondow Regency, with a total sample of 32 respondents. The research finding depicted that service quality had a positive and significant effect on costumer satisfaction, which meant that the better the service quality provided by PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Dumoga Timur Subdistrict, Bolaang Mongondow Regency, the better the costumer satisfaction who shop at the company. The coefficient of determination research was equal to 74.3% which meant that the variability of customer satisfaction could be explained by the service quality of 74,3%.

Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian Survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada Pelanggan PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow. Jumlah Penarikan Sampel dalam penelitian ini sebesar 32 responden. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan,yang berarti semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di perusahaan tersebut, Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 74,3% yang berarti variabilitas kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 74,3%.

Jangko,R; Hinelyo,R; Maruwae,A; Panigoro,M; Mahmud,M; Dama,M,N.(2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1),86-95.

* Corresponding Author.

riskadjangko2001@gmail.com : **Riska Jangko**

Pendahuluan

Perdagangan merupakan proses tukar menukar barang dan jasa dari suatu wilayah dengan wilayah lainnya. perdagangan timbul karena manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas sedangkan alat pemenuhan kebutuhan terbatas. Terutama pelayanan baik dari segi interior dan exterior yang membuat nyaman konsumen serta kualitas produk sangat dibutuhkan. Perusahaan harus membuat suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut konsumen, maka itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu produk.

Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2014)

Adhiyanto (2012), menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Kualitas layanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Saputro, 2010), Chaniotakis dan Lymperopoulos (2009), menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai sikap konsumen yang berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual. Kualitas layanan merupakan segala kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai dharapan mereka (Purbarani, 2013).

Metode

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisa kuantitatif. Dalam hal ini mencari Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow). Di dalam desain penelitian ini menggambarkan adanya prosedur-prosedur yang memungkinkan peneliti dapat menguji hipotesis penelitian yang telah ditulis sehingga dapat mencapai kesimpulan mengenai hubungan atau adanya hal yang saling mempengaruhi antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Hasil dan Pembahasan

Kualitas data yang dihasilkan dari instrument dalam penelitian ini dapat dianalisis melalui pengujian validitas dan reabilitas. Sehingga kuisioner dalam penelitian ini di uji terlebih dahulu dengan uji validitas dan reabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Adapun kriteria pengujian adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti Valid, sebaliknya $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak Valid. Adapun hasil pengujian validitas masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Jumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dalam

penelitian ini sebanyak 24 pernyataan dengan 30 jumlah responden (**n=30**). Pengujian validitas pernyataan tersebut disajikan pada tabel. Sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian validitas pernyataan dikatakan valid jika r-hitung lebih besar dari r-tabel. Nilai **r-tabel** didapatkan dari tabel *rho* dimana $df=n - 2$ ($n= 30 - 2 = 28$) dan tingkat signifikan 5% maka nilai r-tabel sebesar 0,361. dengan demikian dari 24 (dua puluh empat) pernyataan yang digunakan untuk mengukur validitas dari variabel kualitas pelayanan ditemukan bahwa semua pernyataan telah memiliki nilai r-hitung lebih besar dari rtabel 0,349. sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Jumlah pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini sebanyak 24 pernyataan dengan 30 jumlah responden (**n= 30**).

Berdasarkan pengujian validitas pernyataan dikatakan valid jika r-hitung lebih besar dari r-tabel. Nilai **r-tabel** didapatkan dari tabel *rho* dimana a $df= n - 2$ ($n = 30 - 2 = 28$) dan tingkat signifikan 5% maka nilai r-tabel sebesar 0,361. Dengan demikian dari 24 (dua puluh empat) pernyataan yang digunakan untuk mengukur validitas dari variabel peningkatan kepuasan pelanggan ditemukan bahwa semua pernyataan telah memiliki nilai r-hitung lebih besar dari rtabel 0,361. sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *alpha Cronbach* jika nilai Alpha melebihi atau sama dengan 0,6 maka pernyataan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya (Ghozali, 2015). Hasil uji reliabilitas untuk variabel-variabel penelitian dijabarkan sebagai berikut:

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan disajikan pada tabel sebagai berikut :

Variabel	Koefisien Realibilitas	Angka Acuan	Keterangan	Status
Kualitas Pelayanan	0,973	0,6	Nilai <i>Cronbah Alpa</i> lebih besar dibandingkan dengan nilai 0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teknik *alpha croncbach* sebagaimana yang disajikan pada tabel diatas untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,973. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari nilai patokan yang telah ditentukan yaitu 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada variabel kualitas pelayangdalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

1. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pengujian reliabilitas untuk variabel kepuasan pelanggan disajikan pada tabel sebagai berikut :

Kepuasan Pelanggan

Variabel	Koefisien Realibilitas	Angka Acuan	Keterangan	Status
Kepuasan Pelanggan	0,943	0,6	Nilai <i>Cronbah Alpa</i> lebih besardibandingkan dengan nilai 0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Analisis Deskriptif Variabel

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teknik *alpha croncbach* sebagaimana yang disajikan pada tabel diatas untuk variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,762. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari nilai patokan yang telah ditentukan yaitu 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Salah satu analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk melihat gambaran awal mengenai objek/variabel yang diteliti. Analisis deskritif yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *Mean* yaitu untuk mengetahui nilai rata-rata dari variable yang diteliti beserta setiap indikatornya, sehingga analisis deskritif ini dapat menggambarkan secara umum data yang telah dikumpulkan dilapangan. Menurut Sudjana (2014 : 138) yaitu *mean* berarti nilai rata-rata yang mencirikan sekelompok bilangan. *Mean* dipetakan ke rentang skala dengan menggunakan interval.

Menurut sudjana (2014) interval tersebut didapatkan dari suatu perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

Sedangkan kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan nilai dari 1 sampai 5. Jika dimasukkan kedalam rumus maka hasilnya sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Sehingga rentang skala yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Tidak Baik

1,81 – 2,60 = Kurang Baik

2,61 – 3,40 = Cukup Baik

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Hasil analisis deskriptif untuk masing-masing pernyataan disajikan sebagai berikut:

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Adapun hasil analisis deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan disajikan untuk setiap indikator sebagai berikut :

Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variable Kualitas Pelayanan pada table diatas dapat dikategorikan baik dengan angka 4,01 Adapun dari kelima indicator yang diuji dalam variable ini yaitu Tangibles (fasilitas fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati) memperoleh skor pada kategori baik.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

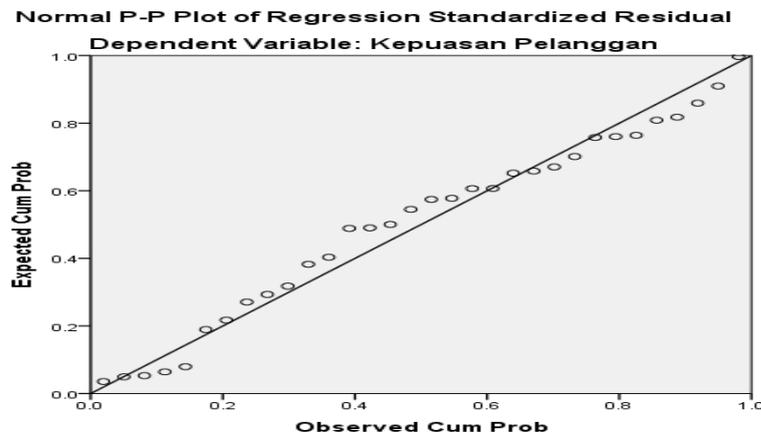
Adapun hasil analisis deskriptif untuk variabel Kepuasan Pelanggan disajikan untuk setiap indikator sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabelKepuasan Pelanggan pada table diatas dapat dikategorikan baik dengan angka 3,45. Adapun dari kelima indikator yang diuji dalam variable ini terdapat dua indikator yang memperoleh skor baik yaitu harga dan biaya. Bahkan untuk indicator harga terdapat satu item pernyataan yang berada pada kategori kurang baik menurut responden. Sementara untuk indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, dan emosi memperoleh skor cukup baik, yang bila dirata-ratakan lebih banyak skor yang cukup baik.

Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas diuji melalui metode *Non Probability Plot* dan *Kolmogorov Smimov test* agar hasilnya lebih dapat diandalkan.

Dalam pengujian regresi, syarat utama yang harus dipenuhi yakni data harus berdistribusi normal. Pengujian Normaliti juga dapat diidentifikasi dengan metode *Normal Probability Plot*. Hasil *Normal Probability Plot* untuk uji normalitas digambarkan pada gambar berikut



Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal. Berdasarkan ketentuan yang ada bahwa data normal ketika titik-titik tersebut mengikuti garis diagonal, sehingga dengan terpenuhinya criteria tersebut maka dikatakan bahwa model regresi memiliki data yang berdistribusi normal.Selain itu uji normalitas juga dapat diuji dengan menggunakan metode *Kolmogorof Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusannya adalah Jika hasil pengujian memiliki tingkat signifikansi > 0,05 berarti data pada variabel terdistribusi secara normal. Sebaliknya Jika hasil pengujian memiliki tingkat signifikansi < 0,05 berarti data pada variable terdistribusi secara tidak normal. Berikut hasil pengujian normalitas data.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.63480045
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.113
	Absolute Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pengujian diatas diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,113 dengan nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* atau proba bilitas sebesar 0,200 yang berada diatas 0,05 seperti yang telah disyaratkan. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Analisis Regresi

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. setelah dilakukan uji asumsi normalitas data dan ternyata terpenuhi, tahap selanjutnya dilakukan pemodelan data dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis dengan bantuan program SPSS ditampilkan pada tabel sebagai berikut :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.130	6.294		3.357	.002
	Kualitas Pelayanan	.774	.083	.862	9.315	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linear sederhana adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 21,130 + 0,774X$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 21,130 menunjukkan jika tidak terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan maka rata-rata nilai dari variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 21,130 satuan.

- b. Nilai Koefisien Regresi Variabel X (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,774 menunjukkan setiap perubahan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 0,774 satuan.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Setelah pengujian analisis regresi dilakukan selanjutnya akan dilaksanakan pengujian pengaruh secara parsial dari variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan. Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 22 adalah sebagai berikut :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.130	6.294		3.357	.002
	Kualitas Pelayanan	.774	.083	.862	9.315	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai t-tabel yang diperoleh untuk mendapatkan kesimpulan apakah menerima atau menolak H_0 , terlebih dahulu harus menentukan t-tabel yang akan digunakan. Nilai t-tabel ini tergantung pada besarnya df (*degree of freedom*) serta tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dan nilai df sebesar $n - k - 1 = 32 - 1 - 1 = 30$ diperoleh nilai t-tabel sebesar 2, (lihat lampiran). Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 diperoleh hasil yaitu nilai t-hitung $9,315 >$ t-tabel $2,04227$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) di PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Dumoga Timur.

Pengujian Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang besarnya berkisar antara 0%-100%. Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.743	.735	7.761

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan besarnya koefisien determinasi yang disesuaikan atau angka *R Square* adalah sebesar 0,743. Atau sebesar 74,3%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 74,3% variabilitas Peningkatan

Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X), sedangkan sisanya sebesar 25,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, maka perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pelanggan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya pelanggan tentu akan semakin puas. Menurut Muthosin (2007:167) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian pada subbab sebelumnya ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Kecamatan Dumoga Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 diperoleh hasil dengan nilai t -hitung $9,315 > t$ -tabel $2,04227$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 77,4% menunjukkan setiap perubahan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 persen akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 77,4% Hasil ini menunjukkan bahwa dengan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, Kecamatan Dumoga Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja kebutuhannya di perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Umar (2005:65) bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidaknya seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dalam hal ini kualitas pelayanan menjadi indikator penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan dibawah tingkat yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kurang atau tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan maka dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas rasa ketidakpuasannya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow atau yang lebih dikenal dengan Alfamart . Hasil ini menunjukkan bahwa dengan semakin baiknya Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang berbelanja kebutuhannya di perusahaan tersebut, Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 74,3% yang berarti variabilitas kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 74,3%. Jika kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan maka pelanggan akan cenderung memiliki nilai kepuasan secara emosional dan jika jasa pelayanan dibawah tingkat yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kurang terpenuhi dengan adanya pelayanan.

Saran

Berdasarkan pada simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Disarankan kepada perusahaan sehubungan dengan pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan selama ini, maka penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menjadikan perusahaan menjadi lebih baik.
2. Kepada perusahaan agar kualitas pelayanan yang selama ini diberikan kepada pelanggan agar lebih ditingkatkan lagi, harus dilakukan evaluasi kepada karyawan agar mereka rutin melakukan pengecekan sarana promosi, pengecekan harga dan kebersihan toko untuk menjadikan pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
3. Penelitian yang diteliti oleh penulis hanya terbatas kepada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambah variabel lain yang berhubungan seperti variable factor harga, lokasi, dan lain-lain.

REFERENSI

- Arikunto, S. 2006, *Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktik*, Jakarta: RinekaCipta
- Bariroh, 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen pada Minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart*
- Buyung, (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Alfamart Todopuli Di Kota Makassar*.
- Harun, H. I. 2013. *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan KepuasanKonsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank. Jurnal Online Fakultas Psikologi/02/09/2014*.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Inten Surya Utami, I., & Jatra, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7), 252117.
- Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta:Liberty
- Irawan. H. (2007). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Kesembilan, PT Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Alih bahasa Ancella Anitawat Hermawan. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke 12. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid I. Edisi ke 12. Terjemahan Bab Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M. & Iqbal, H. K. (2012). *Impact of brand image, service quality, and price on customer satisfaction in Pakistan telecommunication sector*. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23): 123-129.

- Moenir. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, PT. Bumi Aksara
- Pasalong, H. (2007). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia
- Pure, 2013. *Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*
- Ratminto. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rury Ardani (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada mini market Smart Shop unit Karya Cilincing Medan) oleh Rury Ardani (2013)*
- Sinambela. (2010). *Reformasi Pelayanan Publik;Teori,Kebijakan dan Implementasi*, cetakan kelima Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sopiah, Sangdji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, penerapan dan penelitian* , Andi Offset, Yogyakarta
- Efran, M. 2015. *Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mini Market Indomaret Talang Betutu Palembang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Skripsi.
- Herlina. 2019. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Indomaret Di Desa Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Mataram. Skripsi
- Sulistiyo, R. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).
 Editorial of JEBE : Economic Education Study Program, Faculty of Economics
 Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia