

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME TELKOM KUPANG

The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction Indihome Telkom Kupang

Irene M.F Masae^{1,a)}, Apriana H.J.Fanggidae^{2,b)}, Yosefina K.I.D.D.Dhae^{3,c)}, Ronald P.C.Fanggidae^{4,d)}

^{1,2,3,4)} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} irenmasae2711@gmail.com, ^{b)} apriana.fanggidae@staf.undana.ac.id, ^{c)} yosefina.dhae@staf.undana.ac.id, ^{d)} ronalfanggidae@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap dan Jaminan) terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang menggunakan Indihome Telkom Kupang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*, sampel yang digunakan adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Bukti Fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel Daya Tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, variabel Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, dan Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome Telkom Kupang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan berupa Bukti Fisik, Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Empati dan Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) adalah perusahaan penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani lebih dari 151,9 juta pelanggan yang terdiri dari pelanggan seluler (Telkomsel) sebanyak 125 juta. TELKOM telah mendominasi lebih dari 60% pangsa pasar *broadband* di Indonesia yang mencapai lebih dari 19 juta (Ega, 2017). TELKOM Grup memiliki produk-produk yang berjalan di bidang telekomunikasi yaitu IndiHome, telepon tetap, flexi, telkomselNet, telkomNet Astinek, Speedy dan lainnya. IndiHome adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket *triple play* meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah, internet dan layanan televisi interaktif. Indihome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id seamless, TrenMicro Antivirus, IndiHome View dan masih banyak lagi.

Pelayanan pada dasarnya kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut (Kotler & Keller, 2000), Kualitas Pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Pemberian pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak untuk ditunjukkan kepada para nasabah sehingga adanya rasa puas dari mereka. Ada lima dimensi utama kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011), yaitu: Bukti Fisik (*Tangibles*), mencakup penampilan fasilitas fisik, Daya Tanggap (*Responsiveness*), mencakup pemberian jasa dengan cepat dan tanggap. Keandalan (*Reliability*), mencakup dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan, Empati (*Empathy*), mencakup perhatian pribadi, pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Pihak perbankan harus mampu mengelola kelima variabel tersebut dengan baik apabila ingin memperoleh kepuasan nasabah.

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Faktor yang paling signifikan terhadap IndiHome yang menyebabkan banyaknya keluhan atas pelayanannya merupakan lamanya tindak lanjut dari pihak IndiHome apabila terjadi *maintenance* (gangguan) pada perangkat ataupun jaringan. Seperti halnya IndiHome bisa saja layanan mengalami kesalahan, yang mengakibatkan pelanggan menjadi kecewa dan tidak nyaman akan fasilitas serta pelayanan yang diberikan oleh IndiHome. Pada kegiatan Pelayanan, keluhan yang dilakukan IndiHome PT. Telkom masih harus mengadakan evaluasi, supaya dalam menanggapi keluhan atau laporan dari pelanggan dapat cepat diatasi untuk menghindari persepsi masyarakat yang buruk terhadap IndiHome. Tujuan Penelitian 1) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan berupa Bukti Fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Telkom Kupang. 2) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan berupa empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Telkom Kupang. 3) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan berupa Keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Telkom Kupang. 4) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan berupa Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Telkom Kupang. 5) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan berupa Jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Telkom Kupang. 6) Untuk mengetahui kualitas pelayanan berupa bukti fisik (*tangibles*), empati (*emphaty*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Jaminan (*assurance*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Telkom Kupang.

STUDI PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2011) mengatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011) yaitu sebagai tingkat

keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Ariani (2009) mengidentifikasi lima dimensi pokok yang dikenal SERVQUAL (*service quality*) yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti Fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dari kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja, kursi dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

2. Empati (*Emphaty*),

Empati yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada nasabah. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada nasabah melalui layanan yang diberikan bahwa nasabah itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Empati juga merupakan kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu oleh para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Menurut Tjiptono (2011) Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kecepatan yaitu suatu kemampuan untuk melayani secara cepat yang mengacu terhadap kepuasan pelanggan.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap yaitu kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dari merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

5. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang. Menurut Tjiptono (1997) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai "Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa". Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan Menurut Sudarsito (2004) menyatakan bahwa "Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui." Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Jumlah responden sampel pada penelitian ini adalah 100 dari Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS 22.

ANALISIS PENELITIAN

Hasil

Tabel 1.
 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.938	1.748		.537	.593
	TOTAL_X1	.163	.130	.113	1.249	.215
	TOTAL_X2	.203	.133	.157	1.526	.130
	TOTAL_X3	.257	.090	.282	2.858	.005
	TOTAL_X4	.166	.111	.133	1.501	.137
TOTAL_X5		.325	.110	.256	2.962	.004

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 1. diatas, didapati persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,938 + 0,163X_1 + 0,203X_2 + 0,257X_3 + 0,166X_4 + 0,325X_5$$

Tabel 2.
 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.572	2.353

a. Predictors : (constant), Bukti fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 2. diatas, maka diketahui nilai R Square dalam penelitian ini sebesar 0.593 yang berarti Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 59,3%

Tabel 3.
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.938	1.748		.537	.593
	TOTAL_X1	.163	.130	.113	1.249	.215
	TOTAL_X2	.203	.133	.157	1.526	.130
	TOTAL_X3	.257	.090	.282	2.858	.005
	TOTAL_X4	.166	.111	.133	1.501	.137
	TOTAL_X5	.325	.110	.256	2.962	.004

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

N = Jumlah

Respondenk = Jumlah

Variabel

a = 0,05

t_{tabel} = t (a/2 ; n-k-2)

= t (0,05/2 ; 100-5-2)

= 0,025 ; 98

= 1,98447 (lihat tabel t pada lampiran)

Pengaruh Kualitas pelayanan berupa Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada α , maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat bukti bahwa Kualitas pelayanan berupa bukti fisiktidak memiliki hubungan positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan IndihomeTelkom Kupang.

Pengaruh Kualitas pelayanan berupa Empati terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari pada α , maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat bukti bahwa empati tidak memiliki hubungan positif dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Indihome Telkom Kupang.

Pengaruh Kualitas pelayanan berupa Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Karena nilai thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada α , maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat bukti bahwa Keandalan memiliki hubungan positif dan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan IndihomeTelkom Kupang.

Pengaruh Kualitas pelayanan berupa Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari pada α , maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat bukti bahwa Daya

Tanggap tidak memiliki hubungan positif dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Indihome Telkom Kupang.

Pengaruh Kualitas pelayanan berupa jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada α , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat bukti bahwa Jaminan memiliki hubungan positif dan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Indihome Telkom Kupang.

Tabel 4.
Hasil Uji f
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	759.468	5	151.894	27.424	.000 ^b
	Residual	520.642	94	5.539		
	Total	1280.110	99			

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan tabel 4. diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Df &= n-k \\ &= 100-2 = 98 \\ &= 2,70 \text{ (lihat tabel f pada lampiran)} \end{aligned}$$

Dimana K : Jumlah Variabel

N : Jumlah Data

Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan signifikan lebih kecil dari pada α maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat bukti Kualitas Pelayanan berupa Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya tanggap, dan Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t bahwa secara parsial Bukti Fisik, Empati dan Daya Tangaap tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan baik terhadap fasilitas yang diberikan oleh Indihome, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan ruang transaksi serta kenyamanan area parkir tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Penilaian pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Bukti Fisik di Indihome Telkom Kupang berbeda-beda, tergantung pada persepsi pelanggan yang bersangkutan sesuai dengan kondisi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yammi (2021) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan pada kantor Plaza Telkom Group Kabupaten Barru" yang menyatakan bahwa variabel Bukti Fisik secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan

Kehandalan dan Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Hal ini item dalam penelitian ini yaitu kesiapan membantu pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan karena ada dimensi lain dari kualitas pelayanan yang lebih dominan yaitu respon permintaan dari pelanggan, pihak Indihome memahami kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan dalam memberi keamanan dan resiko dari keragu-raguan pelanggan dalam melakukan kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik. Dengan adanya jaminan yang diberikan oleh pihak Indihome kepada para pelanggan yang melakukan pemakaian produk Indihome Telkom Kupang merasa puas, Item ini dibuktikan perlakuan dengan penuh perhatian, kemudahan dalam pelayanan, serta mengutamakan kepentingan nasabah begitu berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani Uwais (2020) tentang “ Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di kota cimahi ” yang menyatakan bahwa variabel Kehandalan dan jaminan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil uji f Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap dan Jaminan secara simultan berpegaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selan & Bessie (2019) yang meneliti tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Pada Hotel Timor Megah Kota SoE, TTS).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial Kualitas Pelayanan berupa Bukti Fisik, Empati dan Daya Tanggap tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Sedangkan Kualitas Pelayanan berupa Kehandalan dan Jaminan secara parsial terdapat berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Dimana dari hasil analisis tersebut diperoleh indikator dengan nilai terendah yaitu kepuasan area parkir yang memadai serta aman, Kepuasan Kecepatan karyawan dalam melakukan tugas, serta Kepuasan memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan. Walaupun bukti fisik dengan area parkir yang aman tidak menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan Pemakaian Indihome merasa nyaman.

Secara simultan Kualitas pelayanan berupa Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap dan Jaminan terdapat berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang. Sedangkan berdasarkan hasil Uji koefisien determinasi menunjukkan pengaruh sebesar 57,2% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Indihome Telkom Kupang diharapkan tetap mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan berupa dimensi Bukti Fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, dan Jaminan

DAFTAR PUSTAKA

- Antriyandarti Ernoiz. 2012. *Ekonomika Mikro*. Yogyakarta : Nuha Litera
- Alma Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA
- Akdon, R. D. (2010). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Armistead, C. G., & Clark, G. (1996). *Customer Service and Support (Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok

Gramedia.

- Assauri, S. (2008). Manajemen produksi dan operasi.
- AlihMardalis. 2014. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Jakarta : PT. Bumi Assauri Sofjan. 2010. Manajemen pemasaran. Jakarta : PT. Rajawali pers
- Buchari, A. (2011). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Buchory dan Saladin (2010 : 2). Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Bandung. CV. Linda Karya
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: PT. Sarana Tutorial NuraniSejahtera
- Fibria A. Puji Lestari (2018) Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan. Edisi Pertama, Jilid 10. Jakarta Selatan
- Finistyawati dan Bessie (2020) JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol 12 (2) . 2020
- Haksever, C., Render, B., Russell, R. S., & Murdick, R. G. (2000). Service management and operations. Pearson College Division.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 4(3), 112–122.
- Kevin. 2007. Manajemen Pemasaran. Indonesia :PT. Indeks
- Kotler Philip dan Lanekeller Kevin. 2010 Manajemen Pemasaran. Indonesia : PT.Indeks
- Kotler Philip dan Lanekeller Kevin. 2012 Manajemen Pemasaran. Indonesia : PT. Erlangga
- Kotler Philip dan Lanekeller Kevin. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid II
- Kamin, A. B. M., & Altamaha, R. (2019). Modernisasi Tanpa Pembangunan Dalam Proyek Food Estate Di Bulungan Dan Merauke. BHUMI: Jurnal Agraria Dan Pertanahan, 5(2), 163–179.
- Kashmiri, S., Nicol, C. D., & Arora, S. (2017). Me, myself, and I: influence of CEO narcissism on firms' innovation strategy and the likelihood of product-harm crises. Journal of the Academy of Marketing Science, 45(5), 633–656.
- Lovelock dan Wright (2002). Principle Of Service Marketing and Management. Second Edition. Person Educationa, Inc : Upper Saddle River, New Jersey
- Lupiyoadi (2008). Manajemen PemasaranJasa. Edisi 2. Salemba Empat
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2002). Principle of service marketing and management . Upper Saddle River: Person Education. Inc.
- Muliaty (2016) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makasar. Volume 6 (1). 2016. Makasar
- Mursid (2014) Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Penerbit Jakarta : Bumi Aksara 2006.
- Mursid, M. C., & Suliyanto, R. (2019). Menanamkan Nilai Inovasi Berbasis Syariah untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk Baru di Industri Keuangan Mikro Syariah (Vol. 1). Khoirunnisa.
- Narbuko Cholid. 2010. Metodologi Penelitian, Jakarta : Bumi Aksara
- Nugroho. 2013. PT Karisma Putra Utama. Setiadi, Nugroho J. 2013. Perilaku Konsumen Edisi Revisi. Jakarta : PT. Kharisma Putra Utama
- Purnomo, E. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli

- Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). Universitas Pasir Pengaraian.
- Puspita D. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Samudra Bintang Angkasa Tour And Travel Banjarsrmasin. Edisi Pertama, Jilid 5. Kalimantan Selatan
- Rusydi (2017). Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung Subagyo, J. Joko. 2011. Metode Penelitian dalam Teori & Praktek. Jakarta : PT. Rineka
- Sunyoto (2013) Dasar-dasar Pemasaran. Yogyakarta. CAPS
- Sugiyono (2012). Memahami penelitian Kualitatif. Bandung : ALFABETA
- Sjarif, N. N., Rusydi, M., Yusof, M., Hooi, D., Wong, T., Ya'akob, S., Ibrahim, R., & Osman, M. Z. (2019). A customer Churn prediction using Pearson correlation function and K nearest neighbor algorithm for telecommunication industry. *Int. J. Advance Soft Compu. Appl*, 11(2).
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sunyoto, D. (2013). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan ketiga. CAPS. Yogyakarta.
- Utami, C. W. (2010). Manajemen Ritel_Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia. 2010-ISBN: 978-979-061-127-6–Salemba Empat. (<https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/>)