

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI  
PT PERMODALAN NASIONAL MADANI (PERSERO) CABANG CISAAT  
KABUPATEN SUKABUMI SAAT PANDEMI**

**Oleh :**

**Dwi Rachmawati,**

Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen, Universitas Global Jakarta

Email : [dwi@jgu.ac.id](mailto:dwi@jgu.ac.id)

**Yuni Pambreni,**

Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen, Universitas Global Jakarta

Email : [Yuni@jgu.ac.id](mailto:Yuni@jgu.ac.id)

**Salma Dwi Rachmawati,**

Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen, Universitas Global Jakarta

Email : [dwirachmawati39@gmail.com](mailto:dwirachmawati39@gmail.com)

---

**Article Info**

*Article History :*

*Received 16 Nov - 2022*

*Accepted 25 Nov - 2022*

*Available Online*

*30 Nov – 2022*

**Abstract**

*Quality Service is an act or act of a person or organization to provide satisfaction to customers or fellow employees. This study aims to determine the effect of service on customer satisfaction in PT Permodalan Nasional Madani. The sampling technique and this research used the Probability Sampling technique with the Slovin formula, so that the number of samples in this study amounted to 97 people with a population of 3665. The data used are primary data, namely in the form of a questionnaire. The instrument test carried out in this study was a validity test and a reliability test, the data analysis test used in testing the hypothesis in this study used correlation analysis, coefficient of determination and regression analysis using SPSS as analysis tool. The results of this study indicate a significant effect of service influence on customer satisfaction at PT Permodalan Nasional Madani.*

*Keyword :*

*Quality Service, Customers  
satisfaction, Marketing*

---

**1. PENDAHULUAN**

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan karyawan.

Setiap pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan di publikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang harus dimiliki dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan penerima pelayanan. Pelayanan publik dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari hasil kinerja karyawan itu sendiri sudah berjalan dengan baik atau masih ada yang perlu dibenahi. Jika kualitas pelayanan publik tersebut belum berhasil terwujud sesuai tujuan maka pelayanan publik belum berjalan dengan baik.

Atas dasar itu, perlu untuk melakukan kajian mengenai bagaimana upaya yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen PT Permodalan Nasional Madani (persero) untuk mengarahkan nasabah sehingga dapat meningkatkan penjualan di masa yang akan datang. Makin kompetitifnya lingkungan bisnis perbankan di Indonesia, menurut perusahaan-perusahaan jasa perbankan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan yang ada agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis perbankan. Untuk itu setiap perusahaan jasa perbankan harus memiliki keunggulan kompetitif berupa peningkatan sumber-sumber daya yang dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, sulit ditiru, bersifat langka dan tidak ada substitusi, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Tanpa menemukan dan mengkolaborasikan berbagai keunggulan, sulit

rasanya bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis.

Tabel 1.1 Laporan Evaluasi Target Kepuasan Nasabah PT. Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Cisaat Bulan Oktober 2020 s.d Maret 2021

No	Bulan	Banyaknya Nasabah	Hasil Kotak Saran		Persentase Target Kepuasan
			Puas	Kurang Puas	
1	Oktober	4.050	90%	10%	100%
2	November	4.032	88%	12%	100%
3	Desember	4.001	85%	15%	100%
4	Januari	3.950	83%	17%	100%
5	Februari	3.875	81%	19%	100%
6	Maret	3.665	78%	22%	100%

Sumber : PT Permodalan Nasional Madani bulan Oktober 2020 s.d Maret 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui dari 6 bulan terakhir hasil kotak saran mengenai kepuasan nasabah bulan maret lebih rendah dari bulan-bulan sebelumnya. Hal tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu oleh faktor pelayanan. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian mengenai hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan di PT Permodalan Nasional Madani.

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang atau orang lain, terhadap kita yang membentuk suatu keterikatan hak dan kewajiban masing-masing pihak (Rudijav, 2022). Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Kasmir 2017). Pelayanan adalah aktifitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus. Baik itu berupa barang atau jasa dari suatu pihak kepada pihak yang lain.

Menurut Kotler (2017) menyatakan “kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas konsumen yang semakin

melekat erat dan konsumen tidak berpaling pada perusahaan lain. Oleh karena itu perusahaan perlu menguasai unsur-unsur berikut :

1. Kecepatan, kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

2. Ketepatan, kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

3. Keamanan, dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk jasanya.

4. Keramah tamahan, dalam melayani para pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu keramah tamahan sangat penting, apalagi pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

5. Kenyamanan, Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian, perusahaan harus memberikan rasa nyaman pada konsumen.

Menurut Kasmir (2017) untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

1. Tangibles / Bukti Langsung, tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

2. Reliability / Keandalan, reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

3. Responsiveness / Ketanggapan, responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

4. Assurance / Jaminan, assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

5. Emphaty / Empati, emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen

secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaing (Sudarso, 2018). Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Lekobane & Selelo, 2017). Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya, (Kotler 2017).

Pengertian dari kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan tetap yang setia (Stamatis, 2018). Khadka dan Maharjan (2017) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bersifat dinamis dan relatif. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, harapan pelanggan harus diperhatikan. Kualitas layanan, kualitas produk dan nilai uang memiliki dampak positif langsung pada kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen terhadap kinerja produk dimana konsumen memiliki harapan terhadap produk kemudian konsumen akan merasa puas

jika kinerja produk melebihi harapan konsumen.

### **Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Meperhatikan dan meningkatkan level kepuasan konsumen sangat berguna di dunia persaingan bisnis. Perusahaan dengan level kepuasan pelanggan yang tinggi cenderung lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya. Tidak hanya meningkatkan, perusahaan juga harus mampu menjaga stabilitas level kepuasan pelanggan untuk tetap tinggi (Nguyen et al., 2018).

Kepuasan berhubungan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, seperti yang telah dikemukakan sebelumnya kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan oleh Indraisuara & Guntur (2019). Dalam praktiknya kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pelayanan, tetapi juga oleh faktor lainnya. Hanya saja memang faktor pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan sangat bergantung kepada dua faktor yaitu harapan konsumen dan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini dikemukakan oleh kepuasan merupakan perbandingan antara kualitas yang dirasakan oleh konsumen berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas, jika kualitas yang dirasakan oleh konsumen sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas (Prameswari & Nawangsari, 2021).

## **3. METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut dengan metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini menggunakan data-data angka yang dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asosiatif. Metode

deskriptif adalah penelitian untuk mengetahui nilai mandiri, baik satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau dihubungkan dengan variabel lainnya. Sedangkan metode asosiatif yaitu metode yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel atau lebih variable Sekaran & Bougie (2020).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif, data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang dijadikan angka Sekaran & Bougie (2020). Langkah langkah penelitian adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

1. Metode Penelitian
2. Populasi dan Sampel
3. Instrumen Penelitian
4. Teknik Pengumpulan Data
5. Teknik Analisis Data

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Permodalan Nasional Madani yang melakukan pinjaman sampai bulan Maret 2021 yang berjumlah 3665 nasabah.

Menurut Sugiyono (2017) pengertian sampel yaitu "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017). Maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 3665 orang maka yang digunakan adalah teknik probability sampling dengan rumus slovin. Dengan demikian sampel yang dijadikan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik-teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam paradigma penelitian kuantitatif, dan dikumpulkan dengan metode kuisisioner atau angket, wawancara atau interview dan dokumentasi.

#### **1. Kuisisioner atau Angket**

Kuisisioner (angket), merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya

#### **2. Wawancara**

Wawancara dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.

#### **3. Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat agenda dan sebagainya.

#### **4. Observasi**

Observasi data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang diteliti.

#### **5. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data skunder yang bersumber pada literature, dokumen, majalah, dan hasil penelitian sebelumnya yang diperoleh dari perpustakaan terutama yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Data merupakan salah satu komponen penelitian yang penting, data yang akan digunakan dalam riset haruslah data yang akurat karena data yang tidak akurat akan menghasilkan informasi yang salah. Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder.

### **Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel merupakan gambaran bagaimana secara sistematis masing-masing variabel dapat dijabarkan menjadi satu kesatuan yang dapat menjadi operasional dalam proses penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, Dr Kasmir (2017). Indikator yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah berikut:

1. Tangibles
2. Reliability
3. Responsiveness

4. Assurance
5. Empathy

Sedangkan variable terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, sehingga apapun yang diharapkan pelanggan dapat dicapai sesuai dengan kenyataannya, Dr Kasmir (2017) . Indikator yang digunakan untuk variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Satisfaction
2. Expectation
3. Perceived Performance

### Instrument dan Analisa penelitian

Instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian (Sugiyono, 2017). Instrumen penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuisisioner, kuisisioner disebut formulir atau schedule, instrument pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan yang diformulirkan untuk mendapatkan informasi dari responden selengkap mungkin Sekaran & Bougie (2020). Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala 1-5. Uji instrumen penelitian dalam penelitian ini digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas kuisisioner yang telah dirancang sebelumnya. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi, uji asumsi klasik dan uji hipotesis

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Persentase
Pria	15	15,5%
Wanita	82	84,5%
Total	97	100

Sumber: Data Kuesioner

Tabel 4.2 Usia

Kategori	Jumlah	Persentase
18 - 28 tahun	15	15,5%
29 - 39 tahun	42	43,3%
40 - 50 tahun	22	22,7%

51 - 63 tahun	18	18,5%
Total	97	100

Sumber: Data Kuesioner

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

Kategori	Jumlah	Persentase
SD	28	28,9%
SMP	32	33%
SMA	37	38,1%
Total	97	100

Sumber: Data Kuesioner

Tabel 4.4 Lama Menjadi Nasabah

Kategori	Jumlah	Persentase
1 - 2 tahun	37	38,1%
3 - 4 tahun	42	43,3%
5 - 6 tahun	18	18,6%
7 - 8 tahun	-	-
Total	97	100

Sumber: Data Kuesioner

### Analisis Korelasi

Analisis hubungan variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan nasabah dapat diukur melalui analisis korelasi Rank Spearman yang hasilnya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5 Analisis Korelasi

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.621**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui nilai korelasi hubungan kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,621 nilai korelasi ini berada diantara 0,60 - 0,799, artinya hubungan kualitas pelayanan pelayanan dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang kuat, sifat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah nilainya (+) artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah pada PT Permodalan Nasional Madani akan ikut meningkat.

### Analisis Regresi

Mengukur besarnya perubahan variabel kepuasan nasabah (Y) sebagai akibat dari adanya perubahan variabel kualitas pelayanan

(X) dapat dilihat melalui nilai koefisien regresi, yang hasilnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.056	2.261		1.794	.076
	Kualitas Pelayanan	.478	.062	.621	7.729	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan komputer statistik SPSS 25 yang disajikan dalam tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

$$Y = 4,056 + 0,478X$$

Yang artinya jika kualitas pelayanan dinaikan 1 point maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,478, jika kualitas pelayanan dinaikan 2 point maka kepuasan nasabah naik 2 x 0,478 yaitu 0,956 dengan asumsi nilai konstanta berada pada 4,056 .

### Pengujian Hipotesis

Tabel 4.7 Uji – T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.056	2.261		1.794	.076
	Kualitas Pelayanan	.478	.062	.621	7.729	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t digunakan tabel coefficient, seperti yang telah tercantum pada tabel diatas. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didasarkan pada penelitian hasil uji t yang memberikan informasi bahwa nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 atau melalui perbandingan t hitung > t tabel 7,729 > 1,664, oleh karena itu maka : Ha diterima sedangkan Ho ditolak (sig 0,05 t tabel 1,664).

### 5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diketahui terdapat pengaruh yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, dimana dapat dijelaskan jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Begitu juga sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka kepuasan nasabah

pada PT Permodalan Nasional Madani cabang Cisaat akan ikut menurun. Untuk itu disarankan pihak petugas dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal sehingga nasabah dapat merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, karena hal tersebut akan berdampak pada kenaikan kepuasan nasabah, sehingga petugas maupun nasabah akan sama-sama diuntungkan.

Kualitas pelayanan adapat ditingkatkan, dengan cara memberi kenyamanan yang lebih layak kepada nasabah, cermat dan tidak teledor dalam melayani nasabah, memperbaiki pelayanan terhadap nasabah, mempercepat atau lebih mendahulukan pelayanan terhadap nasabah, tidak memperlambat dan tidak menghambat atas nasabah yang akan melakukan pencairan sehingga pencairan dapat dilakukan dengan tepat waktu, mendahulukan kepentingan nasabah tidak menyepelekan kepentingan atau kebutuhan nasabah, menghargai nasabah dan tidak mudah terpancing emosi ketika menghadapi nasabah yang macet pembayaran.

### 6. REFERENSI

- Dr. Kasmir, S.E., M.M. 2017. *Customer Services Excellent*. Jakarta: Rajawali Pers
- Indraisuara, P., & Guntur, . (2019). The customers' satisfaction on the quality service of Fik Uny Tennis Court. *Proceedings of the 3rd Yogyakarta International Seminar on Health, Physical Education, and Sport Science in Conjunction with the 2nd Conference on Interdisciplinary Approach in Sports*. <https://doi.org/10.5220/0009212800850091>
- Khadka, K., Maharjan, S.(2017). *Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Case Trivsel Städtjänster (Trivsel siivouspalvelut)*. Business Management Thesis. Centria Universit of Applied Sciences.
- Kotler, P. (2017). *Principle of Marketing: An asain perspective*. Pearson Education Limited.
- Lekobane, K. R., & Selelo, G. B. (2017). Effects of service quality on customers satisfaction on Botswana's Mobile Telecommunications Industry. *Archives of Business Research*, 5(3). <https://doi.org/10.14738/abr.53.2833>

- Nguyen, Ha Thu., Nguyen, Hoang., et al.(2018).Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty in Vietnamese Life-Insurance Setting.[www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability)
- Prameswari, W. P., & Nawangsari, E. R. (2021). The effect of package service quality on customers satisfaction (studies on customers of Jemur Andayani Post Office, Surabaya City). *Dia*, 19(1), 119–138.  
<https://doi.org/10.30996/dia.v19i1.5138>
- Rudijav Andalas, M. (2022). Influences of internal service quality, employee satisfaction, external service satisfaction and customer satisfaction toward customer loyalty of Gojek Service users in Malang. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (1), 381.  
<https://doi.org/10.12962/j23546026.y2020i1.11936>
- Sekaran, U., Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons, Limited.
- Stamatis, D. H. (2018). Customer Service and satisfaction. *Total Quality Service*, 158–197.  
<https://doi.org/10.4324/9780203735435-8>
- Sudarso, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan sowe bistro medan.  
<https://doi.org/10.31219/osf.io/4ujhw>
- Sugiyono, Prof. Dr. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif Dan R & D*. Cetakan Kelima Belas. Bandung: Alfabeta.