

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK PERKREDITAN RAKYAT DANA RAYA MANADO

Rocki Warouw¹ Silvyah L. Mandey² Ferdy Roring³

^{1,2,3} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia
Email : rokiwarouw@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank perkreditan rakyat dana raya manado. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank dana raya manado. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 80 responden yang merupakan nasabah Bank perkreditan rakyat dana raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai T hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 3.095 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. T hitung yang bernilai 3.095 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini berarti kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Dan kualitas produk adalah sebesar 2.944 dengan tingkat signifikansi 0,004. T hitung yang bernilai 2.944 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding T tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, kualitas produk Kepuasan Konsume

ABSTRAC

This study discusses This study discusses how service quality and product quality affect customer satisfaction at the People's Credit Bank Dana Raya Manado. The purpose of this study was to determine whether the quality of service and product quality simultaneously affect customer satisfaction at the Manado Raya bank. The sampling technique used was a questionnaire with a total of 80 respondents who were customers of the Dana Raya People's Credit Bank. The results showed that the quality of service quality. Based on the results of the partial test (t test) between the service quality variable (X1) and customer satisfaction (Y) it showed that the calculated T value for the service quality variable (X1) was 3.095 with a significance level of 0.003. The calculated t value of 3.095 has a greater value than the t table of 1.98552. While the level of significance has a value greater than Alpha (0.05). Thus, it can be concluded that the service quality variable has a significant influence on customer satisfaction. This means that service quality affects customer satisfaction and product quality is 2,944 with a significance level of 0.004. The calculated T which is 2,944 has a greater value than the T table of 1.98552. While the significance level has a value smaller than Alpha (0.05). Thus, it can be concluded that the product variable has a significant influence on customer satisfaction

Keywords: Service Quality, Product Quality Consumer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi ini sudah merupakan fenomena yang tidak dapat dihindarkan dalam dunia industri, dengan ditandai dengan perubahan-perubahan yang serba cepat di bidang komunikasi, informasi dan teknologi. Hal ini membuat berbagai persaingan perusahaan untuk berlomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Dalam hal ini salah satu sektor yang masuk dalam dunia usaha adalah dunia perbankan atau lebih dikenal dengan nama Bank, oleh karena itu, bank berfungsi sebagai perantara keuangan, dalam hal ini faktor kepercayaan dari masyarakat merupakan faktor utama dalam menjalankan bisnis perbankan. Salah satu upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan yaitu dengan memberikan kualitas jasa layanan dan kualitas produk yang terbaik kepada nasabah, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan nasabah atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini akan ditunjukkan nasabah setelah terjadi John W. Mullins dan Orville C. Walker (2013:252) mendefinisikan produk sebagai berikut: "A product can be defined as anything that satisfies a want or need through use, consumption or acquisition". proses transaksi.

Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan juga akan dianggap baik. Kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam hal ini adalah front liner. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian Bank Dana Raya Manado harus mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya baik secara perorangan ataupun perusahaan Adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah, maka bank harus meningkatkan layanan secara terus menerus.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah

2. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27), "*Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value*". Arti dari definisi tersebut, manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar, sasaran dan mendapatkan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan pelanggan yang unggul.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut (Kotler,2008) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Indikator yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan:

1. *Tangibles* (bukti fisik) : Bukti fisik merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan.

2. *Reliability* (kehandalan) : *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepatwaktu
3. *Responsiveness* (daya tanggap) : Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap
4. *Assurance* (jaminan) : Merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
5. *Emphaty* (kepedulian) : Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen

Kualitas produk

Kualitas produk yaitu kapasitas suatu produk pada saat menjalankan suatu fungsi yang mencakup keunggulan produk dalam segi mutu, daya tahan, kemudahan penggunaan, akurasi, kualitas produk, atau fitur nilai (Umami, Rizal, & Sumartik, 2016: 251). Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk:

1. Product Quality (Kualitas Produk)
2. Produk Features (Fitur Produk)
3. Product Style and Desain (Gaya dan Desain Produk)

Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan Kotler, (2008). Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen:

1. Kenyamanan yang dirasakan nasabah pada saat pelayanan diberikan
2. Keyakinan nasabah atas pelayanan yang diberikan
3. Minat untuk selalu menggunakan jasa

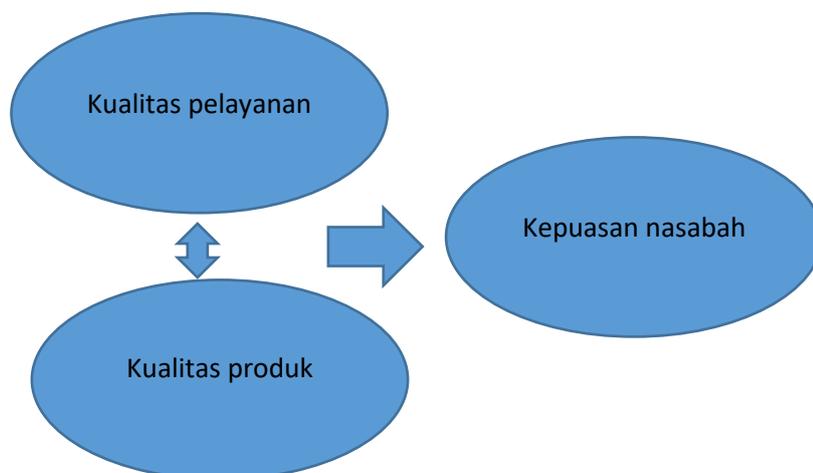
Penelitian Terdahulu

Hartadi Dan Husda. (2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT tanjong ungang di kota batam menggunakan uji t dan uji F menggunakan program perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Christin Dan Agus (2017) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di dua café. dan menggunakan alat analisis regresi linear berganda hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk cenderung baik, kualitas pelayanan cenderung baik, dan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi

Rosa (2019) melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 15,009 + 0,294X_1 + 0,422X_2$.

Model penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori (2020)

1. Variabel Dependen: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini variabel dependen adalah Kepuasan nasabah (Y).
2. Variabel Independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependen (terikat). Kerangka pemikiran diatas menunjukkan bahwa X1 Kualitas pelayanan.X2 Kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y). berikut ini adalah model penelitian dalam penelitian ini:

Hipotesis Penelitian

penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka dasar teori maka penulis merumuskan suatu hipotesis di duga

- 1 kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen
- 2 Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen
- 3 kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa angka. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

(Sugiyono, 2006:14) hasil pengumpulan data akan dikelola dengan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (tidak melalui perantara), data diperoleh dari penyebaran kuisioner.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden penelitian. Skala Likert merupakan skala yang paling sering dan paling harus digunakan dalam penelitian dan studi literatur.

Definisi Oprasional

Berikut ini adalah definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. **kepuasan nasabah** adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan Dan satuan ini di ukur menggunakan metode Servqual
2. **Kualitas pelayanan** adalah Kualitas pelayanan menurut (Kotler,2008) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain.Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun Dan satuan ini di ukur menggunakan metode Servqual
3. **Kualitas produk** yaitu kapasitas suatu produk pada saat menjalankan suatu fungsi yang mencakup keunggulan produk dalam segi mutu, daya tahan, kemudahan penggunaan, akurasi, kualitas produk, atau fitur nilai Dan satuan ini di ukur menggunakan metode Servqual

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebuah instrument yang akan digunakan dalam penelitian harus dapat mengukur atau mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Hal ini dapat diketahui dengan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrument. Realibilitas berbicara mengenai masalah ketetapan (*accuracy*) alat ukur. Ketepatan ini dapat dinilai dengan statistik untuk mengetahui measurement error atau salah ukur. Suatu intsrumen dikatakan *reliable* apabila instrument tersebut cukup dapat dipercaya sebagai alat pengukur data Menurut Sugiyono (2012:120) dalam Jacob (2018)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas kuisioner penelitian, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Umar (2011:177)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas
Hasil Uji Validitas

	ITEM	PEARSON COR	NILAI SIGNIFIKAN	KETERA NGAN
X1 =kualitas Pelayanan	X1.1	0,256	0.022	VALID
	X1.2	0.372	0.001	VALID
	X1.3	0.472	0.000	VALID
	X1.4	0.499	0.000	VALID
	X1.5	0.442	0.000	VALID
	X1.6	0.404	0.000	VALID
	X1.7	0.478	0.000	VALID
	X1.8	0.570	0.000	VALID
	X1.9	0.541	0.000	VALID
	X1.10	0.586	0.000	VALID
	X1.11	0.393	0.000	VALID
	X1.12	0.621	0.000	VALID
	X1.13	0.424	0.000	VALID
	X1.14	0.517	0.000	VALID
	X1.15	0.468	0.000	VALID
X2 =produk	X2.1	0.035	0.755	VALID
	X2.2	0.266	0.017	VALID
	X2.3	0.135	0.233	VALID
	X2.4	0.294	0.008	VALID
	X2.5	0.195	0.082	VALID
	X2.6	0.299	0.007	VALID
Y=kepuasan Nasabah	Y.1	0.051	0.656	VALID
	Y.2	0.205	0.069	VALID
	Y.3	0.285	0.010	VALID

Sumber : Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 23

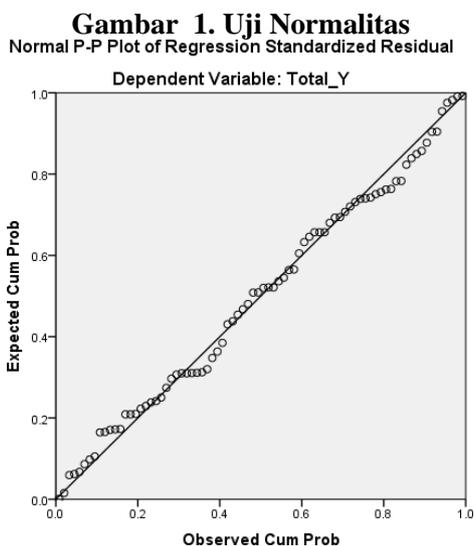
terlihat bahwa korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah total skor masing-masing pernyataan untuk variabel X1, X2 dan Y,seluruhnya menghasilkan pearson correlation diatas 0.30. Dengan demikian maka keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

NAMA VARIABEL	ALPHA CRONBACH'S	KETERANGAN
X1	0.740	RELIABEL
X2	0.703	RELIABEL
Y	0.539	RELIABEL

Sumber : Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS 20

Pada Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. semua pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena Nilai Cronbach's Alpha Based on Standardized Item pada setiap variabel > 0.60



Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Dari Gambar1, terlihat bahwa titik-titik variabel berada di sekitar garis Y=X atau menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal

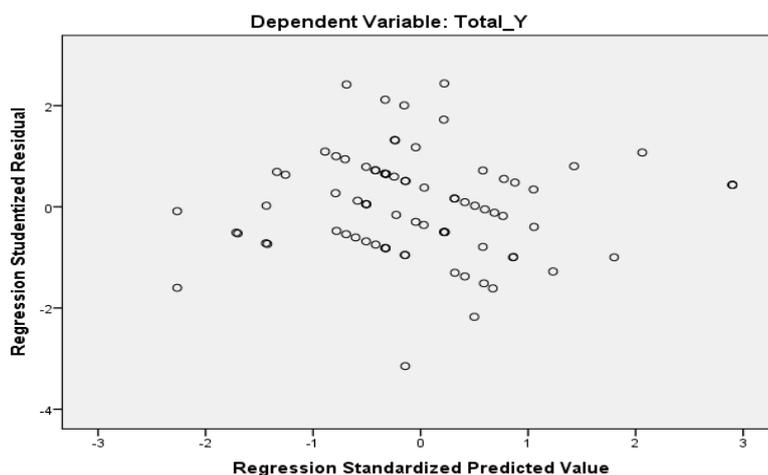
Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.596	1.499		1.065	.290		
1 Total_X1	.096	.031	.348	3.095	.003	.651	1.535
Total_X2	.188	.064	.331	2.944	.004	.651	1.535

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Berdasarkan output pada tabel 3 tolerance value > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada keempat variabel independen tersebut tidak terdapat hubungan multikolinieritas dan dapat digunakan untuk memprediksi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

gambar 2. Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Berdasarkan pada hasil output gambar menunjukkan bahwa koefisien parameter untuk semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi heterokedastisitas dilihat dari scatterplot yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.204	2	42.102	22.266	.000
	Residual	145.596	77	1.891		
	Total	229.800	79			

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 22.266 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena tingkat signifikansi kurang dari 0,5 ($0.000 < 0,05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($38.249 > 2.47$) maka dapat dinyatakan bahwa produk, kualitas pelayanan secara bersama – sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.065	.290
	Kualitas pelayanan	3.095	.003
	Produk	2.944	.004

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Dari nilai T hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 3.095 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. T hitung yang bernilai 3.095 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1,98552. Nilai T hitung untuk variabel produk (X2) adalah sebesar 2.944 dengan tingkat signifikansi 0,004. T hitung yang bernilai 2.944 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding T tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 a	.366	.35	1.375

Sumber: SPSS 22, Data Olahan (2020)

Menunjukkan nilai R square atau koefisien sebesar 0,366 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0,366 atau 36.60%. Angka ini menjelaskan bahwa Kepuasan Nasabah pada Bank dana raya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan produk sebesar 36.60%. sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan perbankan adalah instrumen atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan bahwa nilai T hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebesar 3.095 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. T hitung yang bernilai 3.095 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding t tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Produk Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai T hitung untuk variabel produk (X2) adalah sebesar 2.944 dengan tingkat signifikansi 0,004. T hitung yang bernilai 2.944 tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibanding T tabel 1,98552. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Dana Raya.

2. produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.
3. Kualitas pelayanan dan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Dana Raya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat di berikan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut: Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh pada kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan di Bank Dana Raya sudah harus memperhatikannya lebih tapi disarankan bagi perusahaan agar lebih mengembangkan dan meningkatkan produk yang ada agar supaya nasabah dapat bertransaksi dan mendapatkan kepuasannya sebagai nasabah. Produk terbukti berpengaruh pada kepuasan nasabah. Disarankan bagi Bank Dana raya untuk mempertahankan dan terus ditingkatkan lagi kualitas produk yang tepat agar supaya nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- Christin, R., Dan Agus, H. D. S. (2017) Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di du café. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 465-474, Nov. 2020. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28748>. Di akses pada 20 Agustus 2020.
- Kotler, Philip and Kevin, L. K. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008) "Prinsip-prinsip Pemasaran" Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Mullins John, W., dan Walker Jr, Orville C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Mulyatiningsih, E. 2011. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta
- Nikie, H., Dan Nur, E. H. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT tanjong uncang di kota batam. *jurnal EMBA* Vol.8 No.3 Juli 2020, Hal. 34 – 43. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/29412>. Di akses pada 20 Agustus 2020.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2014). *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey: Prentice Hall.
- Rosa, L. R. (2019). Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama piranti nusa. *Jurnal pemasaran kompetitif* Home > Vol 2, No 2 (2019). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/2464>. Di akses pada 20 Agustus 2020.
- Setiawan, D. dan Setiawan, R. I. (2016) Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan servis (Study kasus Ahas Motor) *EQUILIBRIUM*, vol4, No 1, January (2016) file:///C:/Users/admin/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads di akses di akses 10 april (2020)

- Sunarti, D. A. A. (2017) Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen (survey pada konsumen The little A coffe shop sioarjo) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober (2017) administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id di akses 29 maret (2020)
- seminari, N. K. dan Sulistyawati, N. M. A. (2015) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran indus ubud gianyar.E-Journal manajemen Unud, Vol.4.No.8,2015:2318-2332. ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jitk/article/view/1098 di akses 10 april (2020)
- Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif?. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Umar, B. H. Dan Maria, S. A. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung, [Home > Vol 22, No 1 \(2020\), https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/63](http://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/63). Di akses pada 20 Agustus 2020.
- Umar. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Umami, R., Rizal, A., Dan Sumartik. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe, 250–257.
- Yumi, F. M., Joyce, L., Dan Agus S. (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA Vol.5 No.2 September 2017, Hal.2839-2847. <https://www.e-jurnal.com/2018/08/pengaruh-kualitas-produk-suasana-toko.html>. Di akses pada 20 Agustus 2020.