

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net

Reynaldo Tumbal
Jhonny Andre F Kalangi
Aneke Y Punuindoong

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
reynaldotumbal082@student.unsrat.ac.id

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on the customer satisfaction at internet cafe Mey-Mey Net. This study uses quantitative methods with simple linear regression analysis techniques. The sample used are 50 respondents. Statistical tests that carried out were validity test, reliability test, normality test, simple correlation coefficient, simple linear regression analysis, determination test, and partial test. Through data processing, it was found that the service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at internet cafe Mey-Mey Net with a percentage of 72.9%.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Sampel yang digunakan berjumlah 50 responden. Uji-uji statistik yang dilakukan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, koefisien korelasi sederhana, analisis regresi linier sederhana, uji determinasi, dan uji parsial. Melalui olah data yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net dengan persentase sebesar 72,9%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Dunia teknologi saat ini semakin canggih. Dengan munculnya beragam jenis handphone, laptop, tablet, komputer, dll membantu masyarakat untuk mengakses informasi dengan lebih mudah. Internet tidak hanya menyediakan beragam informasi tapi juga beragam situs game online yang dapat menyenangkan masyarakat.

Pengguna internet di Indonesia terus bertumbuh dari tahun ke tahun. Hal tersebut diungkap oleh Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Muhammad Arif, saat Indonesia Digital Outlook 2022, di The Westin, Jakarta, Kamis 9 juni 2022. Ia mengatakan, kini kurang lebih 77 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pertumbuhan ini sangat fantastis, sebelum pandemi angkanya hanya 175 juta.

Sedangkan data terbaru APJII, tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta. Artinya ada penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia.

Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), persentase rumah tangga di Indonesia yang menguasai atau memakai komputer mencapai 18,24% pada 2021. Persentase itu turun 0,59 poin dibandingkan 2020 yang sebesar 18,83%. Berdasarkan provinsinya, DKI Jakarta tercatat memiliki persentase rumah tangga yang menguasai atau memakai komputer tertinggi nasional sepanjang tahun lalu. Persentasenya mencapai 36,29%. Yogyakarta tercatat memiliki persentase rumah tangga yang menguasai atau memakai komputer tertinggi kedua di Indonesia yakni mencapai 33,31%. Berikutnya, Kepulauan Riau tercatat memiliki persentase rumah tangga

yang menguasai atau memakai komputer sebesar 31,08%. Diikuti oleh Kalimantan Timur dan Bali dengan persentase rumah tangga yang menguasai atau memakai komputer masing-masing sebesar 30,74% dan 25%. Sementara, provinsi dengan persentase rumah tangga yang menguasai atau memakai komputer terendah nasional pada 2021 yakni Papua, persentasenya hanya 9,61%.

Dengan berkembangnya dunia internet maka dunia game berbasis online juga semakin bertambah banyak setiap tahunnya. Bermain video game belakangan ini menjadi kegiatan yang kerap dilakukan khalayak untuk mengisi waktu luang, tak terkecuali di Indonesia. Bahkan bermain video game saat ini juga dijadikan sebagai profesi, contohnya *pro-player esports* hingga *streamer gaming*.

Melalui laporan "Digital 2022 April Global Statshot Report" yang dirilis Hootsuite bersama We Are Social, Indonesia menduduki peringkat kedua dari 44 negara yang masuk ke dalam pengguna internet yang paling banyak bermain video game. Tercatat 95,4 persen pengguna internet di Indonesia bermain game di berbagai macam perangkat, mulai dari *PC*, konsol, *VR*, hingga *platform media streaming*.

Dengan bertambahnya pengguna internet yang menggunakan internet untuk mencari informasi maupun internet sebagai bahan *refreshing* dengan cara bermain game online membuat usaha warung internet (warnet) juga semakin banyak.

Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net adalah salah satu warnet yang berada di Kota Manado. Warnet ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang ingin bermain game online namun tidak memiliki perangkat game yang memadai. Warnet Mey-Mey Net tidak hanya menyediakan kualitas terbaik dari perangkat game yang disewakan, namun juga menyediakan pelayanan yang memadai agar dapat membantu konsumen saat ingin menyewa tempat di Warnet Mey-Mey Net.

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah ukuran yang

menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini menjadi salah satu indikator yang paling penting terkait pembelian dan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang memadai diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Warnet Mey-Mey Net sehingga mereka dapat melakukan *re-purchase* di Warnet Mey-Mey Net.

Namun, Warnet Mey-Mey Net bukanlah satu-satunya warung internet yang beroperasi di Kota Manado. Ada belasan warung internet lainnya yang tersebar di Kota Manado. Perangkat yang disediakan juga memiliki kelayakan yang tinggi. Tetapi walaupun menyediakan penjualan jasa dengan produk yang sama, masing-masing warung internet memiliki kualitas pelayanan yang berbeda.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada warung internet (warnet) Mey-Mey Net?"

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung internet (warnet) Mey-Mey Net.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2009:143) mengemukakan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau pengguna jasa yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2017). Kualitas pelayanan adalah tindakan yang dapat ditawarkan oleh pihak kepada orang lain berupa jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terhadap kepemilikan apapun.

Menurut Parasuraman, *et al.* (2011) terdapat lima dimensi layanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut yaitu: Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*). Menurut Tjiptono

(2011:350), faktor-faktor dominan di dalam pelayanan jasa terdiri dari:

1. *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang di terima pelanggan. *Technical quality* dapat dirinci lagi menjadi:
 - Kualitas yang dapat di evaluasi sebelumnya contohnya harga.
 - Kualitas yang dapat dievaluasi pasien setelah mendapat pelayanan jasa. contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan Jasa.
 - Kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa contohnya kualitas oprasi jantung.
2. Komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. Reputasi, profil dan daya tarik khusus perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kotler dan Keller (2012:46) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Menurut Swastha & Irawan (2008) ada 4 indikator kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Perasaan puas
Ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari konsumen saat menerima pelayanan yang baik dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk
Konsumen akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
Jika kepuasan semakin tinggi dirasakan maka konsumen secara naluri akan memberikan rekomendasi produk atau jasa perusahaan yang dijual kepada orang terdekatnya.

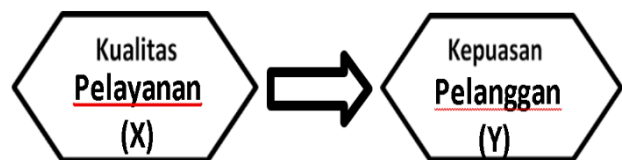
4. Terpenuhinya harapan setelah membeli produk

Sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian dengan harapan yang diinginkan konsumen.

Selanjutnya faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan menurut Nurjati (2018), yaitu:

1. Kualitas Produk
Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
3. Faktor Emosional
Konsumennya yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama akan menetapkan harga yang *relative* murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

H1: Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:8), Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan judul yang telah di uraikan pada

latar belakang permasalahan dapat diketahui bahwa analisis datanya tentu membutuhkan ilmu statistik.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menjadi konsumen di Warnet Mey-Mey Net.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 sampel. Peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden berdasarkan acuan umum dalam menentukan sampel yang terdapat pada no.1 teori Roscoe dalam Sugiyono (2009:129).

Teknik Analisis Data

Responden yang mengisi kuisioner dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menjadi konsumen di Warnet Mey-Mey Net.

Responden mengisi kuisioner yang dibagikan melalui *google form*. Responden wajib untuk menuliskan nama, jenis kelamin, dan usia. Kuisioner memiliki indikator sebagai berikut: 1)Karyawan sangat handal, cepat, dan akurat saat memberikan pelayanan, 2)Karyawan sigap dan tanggap dalam melayani pelanggan, 3)Karyawan selalu ramah saat memberikan pelayanan, 4)Karyawan mengerti apa kemauan pelanggan, 5)Karyawan selalu sigap dalam melakukan pelayanan, 6)Saya menjadi loyal dan melakukan pembelian jasa kembali, 7)Saya dengan sadar memberikan rekomendasi kepada kerabat saya tentang tempat ini, 8)Harapan saya terpenuhi setelah melakukan pembelian, dan 9)Saya merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan.

Data yang diberikan oleh responden dikumpulkan kemudian diolah menggunakan SPSS 25. Analisis statistik yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, korelasi koefisien sederhana, analisis regresi linier sederhana, uji determinasi (R^2), dan uji T (parsial).

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas X

Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan (X) dalam penelitian ini dapat dilihat dari pembahasan sebagai berikut:

Nilai R_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah X.1 0,735, X.2 0,705, X.3 0,787, X.4 0,814, dan X.5 0,744. Berdasarkan uraian di atas, seluruh kuisioner X (kualitas pelayanan) yang berjumlah 5 kuisioner dalam penelitian ini bersifat valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,2787).

Hasil Uji Validitas Y

Hasil uji validitas pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam penelitian ini dapat dilihat dari pembahasan sebagai berikut:

Nilai R_{hitung} variabel kepuasan pelanggan adalah Y.1 0,740, Y.2 0,715, Y.3 0,834, dan Y.4 0,802. Berdasarkan uraian di atas, seluruh kuisioner Y (kepuasan pelanggan) yang berjumlah 4 kuisioner dalam penelitian ini bersifat valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,2787).

Uji Reliabilitas

Tabel

Hasil Uji Reliabilitas X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,815	5

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari kuisioner X (kualitas pelayanan) yang berjumlah 5 kuisioner adalah 0,815. Ini artinya bahwa nilai $Alpha > 0,60$ atau $0,815 > 0,60$ sehingga kuisioner dalam penelitian ini yang berjumlah 5 kuisioner terbukti reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel

Hasil Uji Reliabilitas Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,772	4

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari kuisioner Y (kepuasan pelanggan) yang berjumlah 4 kuisioner adalah 0,772. Ini artinya bahwa nilai $Alpha > 0,60$ atau $0,772 > 0,60$ sehingga kuisioner dalam penelitian ini yang berjumlah 4 kuisioner terbukti reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

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

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,18668439
Most Extreme Differences	Absolute	0,142
	Positive	0,142
	Negative	-0,081
Test Statistic		0,142
Asymp. Sig. (2-tailed)		,213 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel Kolmogorov-Smirnov, didapatkan hasil bahwa nilai sig adalah 0,213. Dikatakan normal jika tingkat signifikansi >0,05. Berdasarkan hasil tersebut, tingkat signifikansi adalah 0,213 > 0,05. Maka data yang ada dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

Koefisien Korelasi Sederhana

Tabel
Hasil Koefisien Korelasi Sederhana
Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,854**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	50	50
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	50	50

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

Melalui hasil di atas terlihat bahwa nilai *pearson correlation* adalah 0,854. Berdasarkan

hasil tabel di atas, dapat dipastikan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini saling berkorelasi dan tingkat derajat hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) berada di tingkat yang sangat kuat.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,369	1,259		1,087	0,282
Kualitas Pelayanan	0,747	0,066	0,854	11,357	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 $Y=1.369+0,747X$

Hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 1.369, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel X (kualitas pelayanan) adalah sebesar 1.369. Koefisien regresi X (kualitas pelayanan) sebesar 0,980 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel X (kualitas pelayanan), maka nilai variabel Y (kepuasan pelanggan) bertambah sebesar 0,980. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) adalah positif.

Uji Determinasi (R²)

Tabel
Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 ^a	0,729	0,723	1,199

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *R Square* adalah sebanyak 0,729. Hal ini berarti bahwa pengaruh X (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net adalah

sebesar 72,9%, sisanya yaitu 27,1% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial

Tabel
Hasil Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,369	1,259		1,087	0,282
Kualitas Pelayanan	0,747	0,066	0,854	11,357	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan tabel di atas, Variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net. Hal ini terlihat dari nilai signifikan kualitas pelayanan (X) $0,000 < 0,05$. Nilai t_{hitung} yang didapatkan dari hasil tabel di atas adalah 11,357. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($11,375 > 2,01174$), maka H_1 diterima sehingga hipotesis yang berbunyi "Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net" terbukti benar dan dapat diterima.

Pembahasan

Pada koefisien korelasi sederhana peneliti mendapatkan hasil bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini saling berkorelasi. Peneliti juga mendapatkan hasil bahwa tingkat derajat hubungan antar variabel dalam penelitian ini berada di tingkat yang sangat kuat.

Pada analisis regresi linier sederhana peneliti mendapatkan nilai konstanta, nilai koefisien regresi variabel X (kualitas pelayanan) menunjukkan hasil yang positif sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh dari variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) bersifat positif dan bukan negatif.

Pada uji parsial, didapatkan hasil bahwa hipotesis "Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net" dapat diterima dan terbukti benar.

Uji statistik data terakhir yang dilakukan adalah uji determinasi. Pada uji ini penelitian mendapatkan hasil bahwa nilai *R Square* pada tabel *Model Summary* adalah pengaruh dari variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) berpengaruh cukup besar.

Indikator-Indikator kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di warnet Mey-Mey Net. Indikator empati dan kehandalan merupakan indikator-indikator yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang pertama adalah penelitian oleh Gisyel Angely, Johny Revo Elia Tampi, Danny David Samuel Mukuan "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service pada PT. Astra International Tbk.-Daihatsu" menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial variabel bukti fisik dan empati yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *service*. Dan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel empati (*empathy*). Maka dapat diasumsikan bahwa walaupun memiliki objek penelitian yang berbeda, namun kualitas pelayanan memiliki peran yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang kedua adalah penelitian oleh Reinhard K. Soromi, F. A. O. Pelleng, J. A. F. Kalangi "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike" menunjukkan hasil uji regresi sederhana menyatakan bahwa nilai variabel kepuasan pelanggan adalah konsisten. Kemudian koefisien regresi menyatakan bahwa nilai yang didapat adalah positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Ini sesuai dengan hasil yang diperoleh oleh peneliti saat ini dimana variabel kualitas pelayanan dalam penelitian yang saat ini dilakukan oleh peneliti memiliki pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian yang ketiga adalah penelitian oleh I Gusti Ayu Ivana, William A. Areros, Danny Mukuan “Pengaruh Produk, Harga, dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen Bors Cafe di Kota Palu” yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sesuai dengan hasil yang didapatkan oleh penelitian saat ini dimana kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya walaupun memiliki subjek yang berbeda, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Internet (Warnet) Mey-Mey Net sebesar 72,9%, sisanya yaitu 27,1% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2012), *Marketing Management (14E)*. New Jersey: Pearson.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Angely G., Tampi J. R. E., Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk.-Daihatsu Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 8. No. 2, 51-59.
- Ivana, I. G. A., Areros W. A., dan Mukuan D. (2021). Pengaruh Produk, Harga, dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen Bors Café di Kota Palu. *Productivity*, Vol. 2 No. 4, 262-266.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. 2011. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research. *Journal Of Marketing*, Volume 49.
- Soromi, R. K., Pelleng, F. A. O., Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online *GrabBike* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 9. No.1, 19-27.