

Pengaruh Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indometro Surya Andola Kota Metro

Melinda Putri Choirunisa¹, Suryadi², Nani Septiana³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro
Email: melindaptrch@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Indometro Surya Andola Kota Metro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatory survey. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan objek penelitian kenyamanan, kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan pelanggan. Populasi penelitian adalah pelanggan PT. Indometro Surya Andola Kota Metro dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis kualitas data dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan, kualitas layanan, dan keragaman produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan kenyamanan, kualitas layanan, dan keragaman produk mengingat hal tersebut berpengaruh signifikan terhadap pelanggan. kepuasan.

Kata Kunci: kenyamanan, kualitas pelayanan, keragaman produk, kepuasan pelanggan.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of comfort, service quality, and product diversity and customer satisfaction of PT. Indometro Surya Andola Metro City. The method used in this research is the explanatory survey method. This type of research is quantitative research with the object of research is convenience, service quality, and product diversity and customer satisfaction. The research population is the customers of PT. Indometro Surya Andola Metro City with the number of samples taken as many as 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The analytical tool used is data quality analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that comfort, service quality, and product diversity both partially and simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction, so it is recommended for companies to improve comfort, service quality and product diversity considering that these have a significant influence on customer satisfaction.

Keyword: *convenience, service quality, product diversity, customer satisfaction.*

I. Pendahuluan

Upaya yang harus dilakukan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Signifikansi kepuasan pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa datang, oleh karena itu mempertahankan serta menambah kenyamanan tempat belanja dan kualitas pelayanan serta melengkapi produk yang ada saat ini sangat penting untuk menggaet pelanggan potensial.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Selain pelayanan, tingkat kenyamanan serta kelengkapan produk juga perlu diperhatikan oleh perusahaan agar menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan. Guna memuaskan pelanggan sehingga mereka loyal kepada perusahaan, maka para pemasar perlu melakukan sejumlah upaya agar dapat merebut hati pelanggan, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan tempat belanja serta melengkapi produk. Para pemasar juga akan berupaya untuk memahami hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti minat beli terhadap suatu produk, proses pengambilan keputusannya, dan persepsi mereka terhadap perusahaan dibandingkan dengan pasar pesaing. Selanjutnya semua itu akan menjadi dasar penyusunan dan implementasi strategi pemasaran yang kompetitif dalam memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan sangat berkaitan dengan keputusan pembelian ulang dari produk yang dibelinya. Pada kenyataan lain mungkin saja pelanggan enggan membeli kembali karena pelayanannya kurang berkualitas, kondisi lingkungan yang kurang nyaman, serta ketersediaan produk yang kurang lengkap. Fenomena ini menunjukkan bahwa untuk memuaskan pelanggan bukan merupakan suatu permasalahan yang sederhana tetapi merupakan permasalahan yang kompleks dan saling berkaitan. Oleh karena itu strategi memuaskan pelanggan perlu dilakukan secara terencana dan terpadu. Pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang diberikan dan merasa nyaman terhadap lingkungannya serta ketersediaan produk yang lengkap cenderung untuk datang kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Selanjutnya, pelanggan yang puas tersebut sangat memungkinkan untuk mempengaruhi lingkungannya untuk mengkonsumsi produk yang telah memuaskannya. Keadaan ini sangat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Dari kenyataan di atas nampak bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan untuk bertahan dalam persaingan.

Pelanggan yang sudah mempunyai persepsi yang baik tersebut masih harus dimotivasi untuk mencoba menggunakan produk perusahaan untuk memunculkan pengalaman konsumsi secara riil, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, menyediakan produk yang lengkap, dan lingkungan yang nyaman. Jika sudah mendapatkan pelayanan serta kenyamanan tersebut dan pelanggan mempunyai pengalaman yang baik, maka persepsi pelanggan terhadap perusahaan akan semakin baik. Namun terciptanya persepsi terhadap pelayanan dan lingkungan yang nyaman tidaklah semata-mata berasal dari pengalaman langsung pelanggan. Persepsi tersebut bisa muncul sebagai akibat dari adanya komunikasi dengan orang-orang di sekitarnya. Dengan kata lain, informasi atau pengalaman orang lain dapat membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu pelayanan.

Jika seseorang mempunyai pengalaman yang memuaskan dalam memperoleh pelayanan, mendapatkan lingkungan yang nyaman serta produk yang lengkap, maka pelanggan tersebut akan memberikan informasi yang positif tentang pelayanan, kelengkapan produk, dan lingkungan yang nyaman tersebut kepada orang lain (*positive word of mouth*). Dalam beberapa hal, *word of mouth* lebih dipercaya oleh pelanggan daripada informasi yang disediakan oleh perusahaan. Sehingga sangat dimungkinkan pelanggan yang sudah mempunyai persepsi yang baik akan menjadi netral atau bahkan menjadi tidak baik setelah mendapat informasi negatif dari orang-orang disekitarnya

tentang pelayanan, kelengkapan produk, dan lingkungan yang nyaman sebuah perusahaan.

Dari uraian latar belakang, nampak bahwa usaha peningkatan kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan kenyamanan lingkungan yang dilakukan perusahaan tidak hanya untuk menginformasikan tentang keberadaan perusahaan di pasar, melainkan untuk membangun citra positif, sehingga perusahaan tersebut dapat menjadi alternatif pemenuhan kebutuhan pelanggan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan, karena persepsi pelanggan terhadap pelayanan, kelengkapan produk, dan kenyamanan lingkungan lebih penting daripada kenyataan yang melekat pada perusahaan itu sendiri untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar di jangka panjang.

Kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan lingkungan yang nyaman merupakan kunci utama agar perusahaan dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Jika ingin meningkatkan loyalitas ke level yang lebih tinggi pastikan perusahaan untuk mengupayakan peningkatan kualitas terlebih dahulu. Baik kualitas pelayanan maupun lingkungannya serta melengkapi produk yang disediakan. Saat ini pelanggan cenderung memilih sebuah perusahaan karena kelebihan, baik itu lingkungan yang lebih nyaman, pelayanan yang lebih baik, ataupun produk yang lebih lengkap sehingga perusahaan harus bisa mewujudkan itu dengan memberikan lingkungan dan pelayanan yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan diperoleh gambaran awal adanya ketidaknyamanan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap lingkungan dan pelayanan yang diberikan, seperti jumlah karyawan bagian pelayanan yang sedikit, kondisi ruangan yang kurang sejuk, minimnya loket pembayaran, pelayanan pegawai yang kurang ramah, serta ekspektasi keragaman produk PT Indometro Surya Andola tidak sesuai dengan kenyataan sehingga menyebabkan tren penurunan fluktuasi yang terjadi pada bulan Juni sampai Juli.

(1) Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. (4) Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, kualitas pelayanan, dan keragaman produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Heri Sudarsono 2020:2).

Kenyamanan adalah suatu kontinum perasaan dari paling nyaman sampai dengan paling tidak nyaman yang dinilai berdasarkan persepsi masing-masing individu pada suatu hal yang dimana nyaman pada individu tertentu mungkin berbeda dengan individu lainnya. Tingkat kenyamanan yang dirasakan seseorang tidak dapat diketahui secara langsung atau dengan observasi, melainkan harus menanyakan langsung pada orang yang bersangkutan seberapa nyaman diri mereka. Keinginan konsumen dalam kenyamanan tersebut diantaranya asik, menyenangkan, menarik, dan nyaman.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaing. Keinginan konsumen dalam kualitas pelayanan tersebut diantaranya kehandalan (*reliability*), berwujud (*tangibles*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), serta empati (*empathy*).

Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk berupa barang dan jasa yang ditawarkan produsen kepada konsumen yang memuat indikator seperti ukuran produk yang beragam, jenis produk yang beragam, bahan produk yang beragam, desain produk yang beragam, serta kualitas produk yang beragam.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang unik karena kepuasan konsumen bersifat dinamis. Tingkat kepuasan seseorang terhadap suatu barang atau jasa dari waktu ke waktu selalu berubah-ubah. Kebutuhan dan keinginan serta harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, begitu pula tingkat kepuasan konsumen selalu berubah-ubah, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang melekat pada konsumen itu sendiri. Keinginan konsumen agar merasakan kepuasan diantaranya ketanggapan pelayan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme, dan kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan.

II. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Objek penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indometro Surya Andola Kota Metro”. Lokasi penelitian terletak di Jl Sutan Sahrir 24 Tejoagung, Metro Selatan, Kota Metro. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisa kualitas data dan analisa regresi linier berganda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Regresi Linier Berganda

$$Y = 28,404 + 0,471X_1 + 0,450X_2 + 0,446X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diperoleh nilai konstanta yang positif bernilai 28,404 yang menunjukkan bahwa jika nilai dari variabel bebas X sama dengan 0 maka nilai Y adalah 28,404 satuan.

2. Uji Hipotesis Statistik

Tabel rekapitulasi Hasil Uji t

No.	Variabel Pengujian	Koefisien β	t_{hitung}	t_{tabel} ($\alpha: 0,05$)	Keputusan
1	X_1 terhadap Y	0,201	2,198	1,985	Ha diterima
2	X_2 terhadap Y	0,466	4,988	1,985	Ha diterima
3	X_3 terhadap Y	0,249	3,450	1,985	Ha diterima

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan koefisien variabel kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan dengan $\beta: 0,201$ dan nilai $t_{hitung} 2,198$. Berdasarkan nilai $t_{hitung} 2,198 > t_{tabel} 1,985$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti kenyamanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan koefisien variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan $\beta: 0,466$ dan nilai $t_{hitung} 4,988$. Berdasarkan nilai $t_{hitung} 4,988 > t_{tabel} 1,985$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Keragaman Produk (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan koefisien variabel keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan dengan $\beta: 0,249$ dan nilai $t_{hitung} 3,450$. Berdasarkan nilai

$t_{hitung} 3,450 > t_{tabel} 1,985$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti keragaman produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1082.221	3	360.740	10.550	.000 ^a
Residual	3145.768	92	34.193		
Total	4227.990	95			

a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan koefisien variabel kenyamanan, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} 10,550 > F_{tabel} 2,316$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti kenyamanan, kualitas pelayanan, dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4. R² Determinasi

Angka koefisien determinasi (*R Square*) 0,817%. Hal ini mengandung arti bahwa 81,7% variasi dari variabel Y dijelaskan oleh variasi dari $k(X)$. Atau dengan kata lain kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kenyamanan, kualitas pelayanan, dan keragaman produk sebesar 38%.

B. Pembahasan

1. Kenyamanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Koefisien regresi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan yang dihasilkan bertanda positif (0,201) dan $t_{hitung} (2,198) > t_{tabel} (1,985)$ yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara kenyamanan dengan kepuasan pelanggan. Dengan melihat signifikansi variabel kenyamanan dapat disimpulkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya jika kenyamanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana indikator nyaman sebagai indikator yang paling mempengaruhi dikarenakan ketika pelanggan merasa nyaman dengan lingkungannya kemungkinan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Emmywati, 2016 dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur" yang menjelaskan bahwa variabel bebas kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

2. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dihasilkan bertanda positif (0,466) dan $t_{hitung} (4,988) > t_{tabel} (1,985)$ yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dengan

kepuasan pelanggan. Dengan melihat signifikansi variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana indikator jaminan dan kepastian sebagai indikator yang paling mempengaruhi dikarenakan dengan adanya jaminan atas komplain barang yang digaransikan maka pelanggan tidak akan ragu jika ingin membeli sebuah produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Muhammad Rizki Marpaung, 2021 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Planet Swalayan, Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru.” Yang menjelaskan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Koefisien regresi pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan yang dihasilkan bertanda positif (0,249) dan $t_{hitung} (3,450) > t_{tabel} (1,985)$ yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara keragaman produk dengan kepuasan pelanggan. Dengan melihat signifikansi variabel keragaman produk dapat disimpulkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya jika keragaman produk ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana indikator kualitas produk sebagai indikator yang paling mempengaruhi dikarenakan ketika sebuah produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang bagus dan baik maka pelanggan akan merasa puas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Novita Sari, 2017 dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro” yang menjelaskan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin banyak keragaman produk yang dijual maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

IV. KESIMPULAN

1. Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Indometro Surya Andola Kota Metro, artinya jika kenyamanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Indometro Surya Andola Kota Metro, artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
3. Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Indometro Surya Andola Kota Metro, artinya jika keragaman produk yang disediakan semakin beragam maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
4. Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Indometro Surya Andola Kota Metro. Artinya jika kenyamanan, kualitas pelayanan, dan keragaman produk secara bersama-sama ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwijaya, Michael. 2010. *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Agustina, S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Ardiana, Lintang. 2007. Persepsi Ketidaknyamanan Lingkungan di Kehidupan Perkotaan (Suatu Studi Deskriptif pada Warga Kota Bogor). Tesis tidak diterbitkan. Jawa Barat: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Arianty, Nel. 2014. Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (*Lay Out*) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 13(1), h. 18-19.

Chatib Basri, M. 2002. *Rumah Ekonomi Rumah Budaya Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Firdausi, Fanana. 2018. Pengaruh Tingkatan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Go-Jek di Kota Malang). Tesis tidak diterbitkan. Jawa Timur: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.

Ibrahim, M. & Sitti M. T. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 4(1). h. 177.

Indriana, Dina. 2011. *Mengenal Ragam Gaya Pembelajaran Efektif*. Yogyakarta: Diva Press.

Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Jawa Timur: Banyumedia Publishing.

Tjiptono, F. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama. Cetak Ketiga. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy dan Gregorious Chandra. 2011. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Khoiriah, Siti. 2017. Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada “Barokah Mini Market Gunung Terang di Kabupaten Oku Timur”. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*. 15(1), h. 10.18.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Kevin L Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid I. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Kevin L Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2013. *Principle Of Marketing Global Edition 15e*. Prentice Hall: Pearson.
- Kurniawan, Arief Rakhman. 2014. *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Rohaeni, H. & Nisa M. 2018. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal ecodemica*. 2(2), h. 314.
- Sanjaya, L. J., & Sawitri, D. R. 2018. Hubungan Antara Kenyamanan Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek di Semarang. *Jurnal Empati*. 6(4), h. 149-156.
- Sari, Novita. 2017. Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*. 3(2), h. 190-191.
- Sudarsono, H. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Cv Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Suprianto. 2005. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.