

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Hotel Berkah Kembar Di Lampung Timur)

Suwarto¹, Selamat Fuadi², Eka Lusi Fitriani³
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro
E-mail: fuadi77.sl@gmail.com, ekalf0580@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas Dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Berkah Kembar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui variabel dependen dan independen dengan alat bantu program komputer yaitu SPSS 17 For Windows. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah 1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, 2) variabel citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3) variabel fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 4) variabel lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 5) secara simultan variabel citra merek, kepercayaan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Berkah Kembar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas, Lokasi Dan Kepuasan Konsumen.

Abstract

The research method used is qualitative and quantitative research. In this study, the analytical tool used is multiple linear regression analysis to determine the dependent and independent variables with computer program tools, namely SPSS 17 For Windows. The research results are 1) Service quality variables have a positive effect on consumer satisfaction, 2) corporate image variables simultaneously affect consumer satisfaction, 3) facility variables simultaneously affect consumer satisfaction, 4) location variables simultaneously affect customer satisfaction, 5) simultaneously variable brand image, trust and price affect consumer satisfaction at Berkah Kembar hotel.

Keywords: service quality, corporate image, facilities, location and customer satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Industri Perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan

beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Perkembangan jumlah hotel di Lampung Timur yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Lampung Timur menjadi sangat ketat. Pertumbuhan yang tidak seimbang ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan antara jumlah permintaan dengan suplai yang tersedia dan secara tidak langsung akan berimbas terhadap kelangsungan operasional hotel. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning, service*, dan lain-lain.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pernyataan ini juga diperkuat oleh (Zeithaml, 2012) yaitu "*a customer's judgment of the overall excellence or superiority of a service*". Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Salah satu strategi yang sangat penting untuk dapat sukses dan bertahan dalam persaingan industri yang kompetitif adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, menciptakan citra perusahaan yang baik, dan kepuasan kepada konsumen. Mengacu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Riadh Riadh Iadhari (2015) yang menemukan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen hotel secara langsung akan semakin meningkatkan kepuasan emosional maupun niat berperilaku dari konsumen hotel tersebut. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Suwanto : 2021). Berdasarkan ulasan tersebut, penelitian ini akan menganalisis "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen". Tujuan penelitian adalah untuk Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas Dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Berkah Kembar.. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa diduga ada pengaruh positif dan signifikan variabel Kepercayaan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian baik secara parsial dan simultan.

II. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang di angkakan. Penelitian ini menghubungkan pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Berkah Kembar Di Lampung Timur. Uji validitas menggunakan *Pearson Product Moment*. Uji reabilitas menggunakan Uji *Cronbach Alpha*.

a. Pengujian Persyarata Analisis

1. Uji Normalitas
2. Uji Linieritas
3. Uji Homogenitas

b. Pengujian Model Analisis

1. Uji Regresi Linier Berganda
Model regresi yang digunakan adalah uji Regresi Linier Berganda
2. Uji t
Uji signifikan dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis (*alpha*) 5%.
3. Uji f
Uji f dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan 5% dengan ketentuan *degree of freedom* (df1) = k-1: *degree of freedom* (df2) = n-k.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Uji validitas telah dilakukan untuk mengetahui tingkat kehandalan suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian dari sebuah variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan, citra perusahaan, fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan pendapat dari Sugiyono (2016), yang menyatakan bahwa data dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,176). Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa dari pengujian reliabilitas didapat hasil uji *Cronbach's Alpha* untuk variabel X1 sebesar 0.720, X2 sebesar 0.716, X3 sebesar 0.821, X4 sebesar 0.749, , karena nilai di atas 0.6 hal ini berarti item-item pertanyaan variabel X1, X2, X3, X4, dapat dikatakan reliable atau dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

2. Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa dari pengujian reliabilitas didapat hasil uji *Cronbach's Alpha* untuk variabel X1 sebesar 0.720, X2 sebesar 0.716, X3 sebesar 0.821, X4 sebesar 0.749, , karena nilai di atas 0.6 hal ini berarti item-item pertanyaan variabel X1, X2, X3, X4, dapat dikatakan reliable atau dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian yang telah dilakukan memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan memperhatikan Hasil uji normalitas dapat pada tabel berikut:

Tabel Uji Normalitas

No	Variabel	L hitung	L tabel	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan	0.090	0.092	Normal
2	Citra Perusahaan	0.066	0.092	Normal
3	Fasilitas	0.060	0.092	Normal
4	Lokasi	0.085	0.092	Normal
5	Kepuasan konsumen	0.078	0.092	Normal

4. Hasil Uji Linieritas

Berdasarkan nilai signifikansi dari hasil uji linier diatas, diperoleh nilai signifikansi 0,430 lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikansi antara variabel Lokasi (X4) dengan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan nilai F

diperoleh nilai Fhitung 1,048 dengan angka df nya 35,56, ditemukan nilai Ftabel 1,63 pada taraf 0,05 dan 2,03 pada taraf 0,01. Karena nilai Fhitung lebih kecil dari Ftabel maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel daya tanggap dengan kepuasan konsumen berhubungan linier.

5. Uji Homogen

Tabel 4.18 Hasil Uji Homogen

No.	Variabel	X ² Hitung	X ² Tabel	Kesimpulan
1	X1 Terhadap Y	21.98	75.51	Homogen
2	X2 Terhadap Y	22.47	75.51	Homogen
3	X3 Terhadap Y	33.75	73.28	Homogen
4	X4 Terhadap Y	20.41	69.92	Homogen

Berdasarkan perbandingan hasil uji homogen menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas Pelayanan dan variabel lokasi homogen dan variabel fasilitas dan citra perusahaan tidak homogen. Sedangkan hasil uji homogen menggunakan excel dapat disimpulkan bahwa semua variabel homogen.

6. Uji Regresi Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh budaya organisasi dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan maka digunakan fungsi linier yaitu regresi berganda. Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.148	3.514		2.034	.045
	X1	-.111	.036	-.107	3.055	.003
	X2	.166	.047	.156	3.520	.001
	X3	.660	.040	.715	16.414	.000
	X4	-.215	.051	-.248	4.197	.000

a. Dependent Variable: Y

Sehingga apabila dimasukkan dalam persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$= 7.148 - 0,111X_1 + 0,166X_2 + 0,660X_3 - 0.215X_4$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas, telah diketahui nilai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Maka dari itu disimpulkan bahwa variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat adalah variabel fasilitas (x₃). Hal ini terbukti dengan didapatkannya nilai koefisien regresi pada variabel fasilitas (x₃) yang paling besar diantara variabel bebas lainnya yaitu bernilai 0.660 atau sebesar 66% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kehandalan karyawan yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen Hotel Berkah Lampung Timur.

7. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial diperlukan uji hipotesis atau uji parsial (uji t). Dalam pengujian hipotesis ini

menggunakan ketentuan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel maka hipotesis dapat diterima dan sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka hipotesis diatas tidak dapat diterima.

Diketahui bahwa nilai t tabel dalam penelitian ini yaitu derajat kebebasan $df = 91$ ($df = n-2$) dengan signifikasi 10% adalah sebesar 1,662 (tabel t terlampir). Sedangkan perhitungan t hitung diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 3.055 lebih besar dari t tabel sebesar 1.662 dan dengan nilai sig 0,003 $<$ 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh variabel Citra Perusahaan memiliki t hitung sebesar 3.520 lebih besar dari t tabel sebesar 1.662 dan dengan nilai sig 0,001 $<$ 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh variabel Fasilitas memiliki t hitung sebesar 16.414 lebih besar dari t tabel sebesar 1.662 dan dengan nilai sig 0,000 $<$ 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh variabel lokasi memiliki t hitung sebesar 4.197 lebih besar dari t tabel sebesar 1.662 dan dengan nilai sig 0,000 $<$ 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

8. Uji F (Simultan)

Diketahui bahwa nilai f tabel dalam penelitian ini yaitu derajat kebebasan $df = 88$ ($df = n-5$) dengan signifikasi 10% adalah sebesar 1,91 (tabel f terlampir). Sedangkan hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel. Hasil Uji f Hitung

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6434.439	5	1286.888	192.850	.000 ^a
	Residual	580.550	87	6.673		
	Total	7014.989	92			
a. Predictors: (Constant), X1, X3, X2, X4						
b. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan tabel 4.26 diperoleh hasil uji f dengan nilai F_{hitung} sebesar 192.850 dengan nilai probabilitas (sig) = 0.000, Nilai F_{hitung} (192.850) lebih besar dari F_{tabel} (1,91), dan nilai sig. hitung (0.000) kurang dari sig. (0.05), maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (x_1), citra perusahaan (x_2), fasilitas (x_3), dan lokasi (x_4) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Berkah, Lampung Timur.

9. Koefisien Determinan (Uji R²)

Uji ini bertujuan untuk melihat kesuaian model atau seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians variabel terikatnya. Dari proses perhitungan diperoleh hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel. Hasil Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.917	.912	2.583
a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data Olah SPSS

Dari hasil perhitungan diatas diketahui nilai R square adalah 0.917, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 91.7%. Berarti 8.3% varians variabel terikat yang dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik yang meliputi penampilan dan sikap karyawan, sarana prasarana dan, fasilitas fisik. Dengan kemampuan karyawan menunjukkan eksistensinya maka akan meningkatkan konsumen yang berbelanja dan jika konsumen merasa dengan apa yang diharapkan maka dikatakan memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk.

2. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa empati yang meliputi memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, memahami pelanggan dan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, memiliki standar pelayanan yang jelas. Kemampuan memahami pelanggan dalam proses pelayanan maka akan meningkatkan konsumen yang berbelanja dan jika konsumen merasa dengan apa yang diharapkan maka dikatakan memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk.

3. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kehandalan yang meliputi ketepatan waktu dalam melakukan pelayanan, pelayanan yang sopan dan, memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, memiliki standar pelayanan yang jelas. Kemampuan karyawan dan keahlian dalam proses pelayanan yang handal maka akan meningkatkan konsumen yang menginap di Hotel Berkah, Lampung Timur.

4. Pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap yang meliputi pelayanan dengan cepat dan tanggap, membantu para pelanggan dan, merespon permintaan pelanggan. Dengan kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat maka akan meningkatkan konsumen yang menginap dan jika konsumen merasa dengan apa yang diharapkan maka dikatakan memuaskan. Pada saat konsumen sudah puas, maka konsumen akan menunjukkan ciri-cirinya sebagai konsumen yang puas dengan loyal terhadap produk.

5. Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, fasilitas dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, fasilitas dan lokasi secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya apabila ada kemajuan dalam kualitas pelayanan maka konsumen merasa puas dan akan mengalami kenaikan dan perubahan konsumen untuk datang menginap.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat persamaan regresi sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Barkah, Lampung Timur. memiliki t hitung sebesar 3.055 lebih besar dari t table sebesar 1.662 dapat disimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Citra Perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Barkah, Lampung Timur. memiliki t hitung sebesar 3.520 lebih besar dari t table sebesar 1.662 dapat disimpulkan bahwa variable Citra Perusahaan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Fasilitas berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Barkah, Lampung Timur. memiliki t hitung sebesar 16.414 lebih besar dari t table sebesar 1.662 dapat disimpulkan bahwa variable Fasilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Barkah, Lampung Timur. Lokasi memiliki t hitung sebesar 4.197 lebih besar dari t table sebesar 1.662 dapat disimpulkan bahwa variable lokasi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
5. Berdasarkan hasil uji disimpulkan bahwa variable independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Fasilitas dan Lokasi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Barkah, Lampung Timur. Diperoleh hasil f hitung 49.024 lebih besar dari f table sebesar 3.01 ditaraf 5% dan 4.718 ditaraf 1% dan nilai sig $0.000 < 0.05$, artinya H_0 diterima.

B. Saran

1. Saran untuk Hotel Barkah di Lampung Timur agar lebih meningkatkan lagi Kualitas Pelayanan dengan indikator bekerja dengan benar, tekun, jujur dan disiplin sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Saran untuk Hotel Barkah di Lampung Timur untuk lebih mempertahankan Citra Perusahaan dengan indicator inovasi, agretivitas dan stabilitas sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variable Fasilitas merupakan variabel yang paling dominan. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Hotel Barkah di Lampung Timur untuk mempertahankan dan meningkatkan lagi kepuasan konsumen.
4. Untuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam kualitas pelayanan, citra perusahaan, fasilitas dan lokasi, serta pada peneliti seterusnya diharapkan lebih mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain nya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Indeks, Kelompok Gramedia.
- Oliver, Sandra. 2012. “ *Strategi Public Relations*”. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Ritalia, R., & Suwanto, S. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Kursus Dan Pelatihan Via Course Kota Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(4), 777-783.
- Riadh Riadh Iadhari 2015, ”Service Quality, *Emotional satisfaction and Behavioural Intentions*, ”Managing Service Quality Vol 19 No 3 pp 308-331.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto. 2013. *Dasar-dasar Public Relation*. Cetakan ketiga. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*, edisi II. Yogyakarta, ANDI.