

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kakiku Cemara Asri

Kennie Evelin¹, Yuliana Yuliana^{2*}, Arwin Arwin³

¹Program Studi Manajemen Pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

^{2*}Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

³Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: [1kennie1708@gmail.com](mailto:kennie1708@gmail.com), [2*yuliana_njo@yahoo.com](mailto:yuliana_njo@yahoo.com), [3arwin.my@live.com](mailto:arwin.my@live.com)

(* : coresponding author)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kakiku Cemara Asri, Medan. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah kuantitatif dan penulis menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan datanya. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 82 orang yang didapatkan dari jumlah kedatangan pelanggan selama satu minggu dengan menggunakan teknik pengambilan Sampling Insidental yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti serta cocok dengan sumber data dan Rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 10% atau 0,1. Analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dan pengolahan data peneliti lakukan dengan menggunakan aplikasi program SPSS versi 26. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kakiku Cemara Asri, Medan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Pada era kehidupan masa ini, tekanan dan stres yang ditimbulkan oleh semakin ketatnya persaingan saat bekerja ataupun berbisnis mengakibatkan banyak orang berminat dalam jasa pijat. Dimana pijat merupakan salah satu profesi dibidang jasa yang dapat membantu tubuh menjadi lebih relaks, sehingga mampu mengurangi rasa nyeri yang timbul karena tekanan dan stres berlebihan. Jasa pijat merupakan tempat menyediakan jasa pelayanan untuk menghilangkan penat dengan tujuan memuaskan para konsumen. Konsumen tentu akan memilih jasa pijat yang mempunyai kualitas bagus, sehingga waktu dan uang konsumen tidak terbuang sia-sia. Kemudian, konsumen juga akan merasa puas dan senang setelah memakai jasa pijat yang dapat dirasakan dari pelayanan dan pijatan yang diterima.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen (Dzikra, 2020). Menurut (Martono et al., 2021), definisi kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut (Putri et al., 2022), kualitas pelayanan merupakan kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa. Menurut (Kotler & Keller, 2021) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

Indikator Kualitas Pelayanan

(Dzikra, 2020) menyatakan bahwa untuk mengukur persepsi atas kualitas layanan meliputi lima dimensi, yaitu:

1. Bukti fisik, adalah wujud nyata secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana informasi atau komunikasi.
2. Keandalan, adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap, adalah keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan konsumen.
4. Jaminan, adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
5. Empati, adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan secara individual.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan (Irawan et al., 2022). Menurut (Febriyana et al., 2022), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Menurut (Armaniah et al., 2019) menyatakan

bahwa kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi produk/jasa. Menurut (Nugroho et al., 2021) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila tidak sesuai harapan maka pelanggan akan kecewa, sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2019) ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website, facebook, twitter*, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibanding para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah atau keluhan pelanggan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan selayaknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Hanya saja kesulitan dalam menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkotak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, *e-mail*, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

Tujuan penulis untuk melandasi peneliti ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terutama di dalam Kakiku Cemara Asri, Medan. Dikarenakan itu penelitian ini perlu dikaji. Kemudian, juga ditemukan kurang cepatnya respon karyawan dan dikarenakan ketentuan tidak bisa melakukan reservasi serta harus menunggu berjam-jam saat penuh pada hari libur, sabtu dan minggu menyebabkan kualitas pelayanan yang diberikan masih belum sepenuhnya memenuhi apa yang diinginkan konsumen sehingga konsumen masih merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Tempat penelitian berlokasi di Kakiku Cemara Asri yang beralamat di Komplek Cemara Asri Jalan Cemara Boulevard Raya No. 147. Waktu penulis melakukan penelitian ini dari bulan Februari 2023 sampai bulan Mei 2023. Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah 467 pelanggan Kakiku Cemara Asri, Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner dan dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

Pada saat pengumpulan data melalui kuesioner, penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2018):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentasi kelonggaran ketidaktelitian dikarenakan kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi ataupun diinginkan misalnya 1%, 5%, 10%

Penulis melakukan cara pengambilan sampling insidental dengan meninjau jumlah pelanggan yang datang ke Kakiku Cemara Asri, Medan dalam kurun waktu satu minggu. Dimana jumlah pelanggan setiap harinya dapat dilihat pada grafik diatas dengan total jumlah pelanggan dalam satu minggu tersebut ada sebanyak 467. Kemudian, dengan menggunakan rumus slovin, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebagai berikut:

$$n = \frac{467}{1 + 467(0.1)^2}$$

$$n = \frac{467}{5.67}$$

$n = 82.36$ dibulatkan menjadi 82 pelanggan

Penulis menetapkan *margin of error* sebesar 10% atau 0.1 dan hasil dari perhitungan rumus slovin yang penulis dapatkan yaitu sejumlah 82 pelanggan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu. Data primer dalam penelitian ini diperoleh peneliti langsung dari tempat penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku teori, jurnal dan lain sebagainya yang berkaitan untuk dijadikan sumber referensi.

Metode Analisis data yang digunakan:

1. Korelasi

Menurut (Sugiyono, 2018) koefisien korelasi merupakan angka hubungan kuatnya antara dua variabel atau lebih. Koefisien korelasi yang dilambangkan (r) positif terbesar = 1 dan negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada diantara -1 sampai 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif dan negatif.

Tabel 1 Nilai Korelasi dan Tingkat Hubungan

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

2. Regresi Linier Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2018) analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas dan satu variabel tak bebas. Penerapan metode ini bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Siregar, 2017). Persamaan regresi dirumuskan:

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{(EY)(EX)^2 - (EX)(EYX)}{nEX^2 - (EX)^2}$$

$$b = \frac{nEXY - (EX)(EY)}{nEX^2 - (EX)^2}$$

Dimana:

- Y = Variabel dependen/terikat
- X = Variabel independent/bebas
- a = Nilai konstanta
- b = Koefisien regresi

3. Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2018) uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas, di mana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Dimana jika signifikan > 0.05, maka variabel berdistribusi normal dan jika signifikan < 0.05, maka variabel tidak berdistribusi normal.

4. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-

variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \cdot 100\%$$

KD = Koefisien Determinasi

R² = Koefisien Korelasi

5. Hipotesis Z

Jenis hipotesis dapat dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan rumusan dan proses pemerolehannya. Berdasarkan rumusnya, hipotesis terbagi menjadi dua:

1. Hipotesis nol atau *null hypothesis* (H0) adalah hipotesis yang merupakan pernyataan yang berlawanan dari hipotesis kerja. Hipotesis nol dibuat untuk ditolak, sedangkan hipotesis kerja untuk diterima setelah melakukan pengujian hipotesis.
2. Hipotesis kerja atau alternatif (H1/Ha) yang merupakan hipotesis dugaan sebenarnya yang disimpulkan dari kajian teori-teori ilmiah yang didapatkan.

Berdasarkan proses perolehannya, hipotesis terbagi menjadi dua. Hipotesis induktif, yang dirumuskan dari hasil observasi dan biasanya digunakan dalam penelitian kualitatif. Hipotesis deduktif dirumuskan dari hasil pengumpulan atau pemahaman teori-teori ilmiah yang sudah ada dan biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Korelasi

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.544**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	82	82
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.544**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	82	82

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

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen) berhubungan karena nilai menunjukkan hasil yang positif. Nilai korelasi (r) adalah 0,544 yang memiliki arti bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan di tingkat sedang terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	13.057	2.320		5.628	.000
Kualitas Pelayanan	.312	.054	.544	5.806	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil diatas, dapat diprediksi bagaimana nilai dari variabel terikat berubah jika nilai dari variabel bebas bertambah atau berkurang, menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13,057 + 0,312X$$

Jika nilai-nilai kualitas pelayanan meningkat satu, maka akan mempengaruhi nilai dari kepuasan konsumen sebesar 0,312, yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:

$$X=1 \ Y= 13,057 + 0,312 (1) = 13,057 + 0,312 = 13,369$$

$$X=2 \ Y= 13,057 + 0,312 (2) = 13,057 + 0,624 = 13,681$$

$$X=3 \ Y= 13,057 + 0,312 (3) = 13,057 + 0,936 = 13,993$$

$$X=4 \ Y= 13,057 + 0,312 (4) = 13,057 + 1,248 = 14,305$$

$$X=5 \ Y= 13,057 + 0,312 (5) = 13,057 + 1,560 = 14,617$$

Dari hasil tes diatas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh diantara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai kualitas pelayanan apabila ditambah 1, maka hal ini akan mempengaruhi nilai dari kepuasan konsumen.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.01274521
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.069
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil yang didapatkan diatas dapat disimpulkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal sehingga dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.296	.288	2.02529

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari perhitungan diatas, dapat dilihat hasil dari R square = 0,296. Untuk menghitung koefisien determinasi, peneliti menggunakan rumus:

$$D = (r)^2 \times 100\%$$

$$D = (0,296)^2 \times 100\%$$

$$D = 29,6\%$$

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan di pengaruhi oleh kepuasan konsumen sebesar 29,6% dan sisanya 70,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diuji di penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis (Uji Z)

Untuk mengetahui yang terbaik apakah hipotesis signifikan atau tidak, penulis melakukan uji Z-test sebagai berikut:

$$z = \frac{r}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}}$$

$$z = \frac{0,544}{\frac{1}{\sqrt{82-1}}}$$

$$z = \frac{0,544}{\frac{1}{9}}$$

$$z = \frac{0,544}{0,111}$$

$$z = 4,900$$

Dari tes diatas, dapat dilihat bahwa hasil dari Z_{hitung} adalah 4,90 sedangkan Z_{tabel} dua arah adalah 1,96 yang mana Z_{hitung}>Z_{tabel} (4,90 > 1,96), dan jika Z_{hitung}>Z_{tabel} maka Ha diterima dan Ho di tolak. Jika Ha diterima maka hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kakiku Cemara Asri, Medan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh di tingkat sedang antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kakiku Cemara Asri, Medan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji koefisien determinasi yang memberikan nilai sebesar 29,6% yang menyatakan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kakiku Cemara Asri, Medan dan sisanya 70,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa hasil Z_{hitung} adalah 4,90 sedangkan Z_{tabel} satu arah adalah 1,96 yang mana Z_{hitung}>Z_{tabel} (4,90 > 1,96), dan jika Z_{hitung}>Z_{tabel} maka Ha diterima dan Ho di tolak. Jika Ha diterima maka hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di

Kakiku Cemara Asri, Medan. Berdasarkan hasil tabulasi yang didapatkan dari para responden, dapat dilihat bahwa 17 dari 82 orang responden yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan.

REFERENCES

- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 262–267.
- Febriyana, D., Arwin, A., & Yuliana, Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA DI SEMPOA SIP ASIA MEGA MAS MEDAN. *Seminar Nasional 2022 - NBM Arts*. <http://103.154.135.70/handle/123456789/7040>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Irawan, I., Yuliana, Y., Arwin, A., & Jovando, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(3), 332–339. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i3.411>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Martono, M., Arwin, A., Yuliana, Y., Lisa, L., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 411–415. <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sensasi/article/view/609>
- Nugroho, N., Yuliana, Y., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Politeknik Di Kota Medan Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(1), 278–286. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i1.773>
- Putri, P., Yuliana, Y., & Arwin, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CHING QING VEGE HOUSE, MEDAN. *ESCAF*, 1(1), 1137–1142. <https://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/view/140>
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.