

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU 6470702 LIANG ANGGANG

Khafifa Anisya Fitri¹, Farida Yulianti², Apriya Santi³

¹)Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM.18310560

²)Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.069809131

³)Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.061104512

Email:khafifaanisya62@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang selama ini dilakukan oleh SPBU 6470702 Liang Anggang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui strategi yang tepat untuk memenuhi keinginan konsumen dan membuat konsumen tetap bertahan sebagai pelanggan tetap. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Teknik penumpulan data berupa pengamatan langsung (observasi), kuisisioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yaitu pada dimensi bukti langsung, seperti kebersihan, kerapian, dan keramahan karyawan, kebersihan pada alat pengisi BBM, serta kebersihan lingkungan SPBU dan tersedianya halaman yang cukup luas. Pada dimensi kehandalan, karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat sasaran. Pada dimensi daya tanggap sudah cukup baik, tetapi karyawan harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas dalam pelayanan. Pada dimensi jaminan, karyawan memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen. Dalam dimensi empati, sudah terbilang baik karena perusahaan memiliki karyawan yang simpati dan bertanggung jawab.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study means to decide the nature of administration that has been completed by SPBU 6470702 Liang Anggang in expanding consumer loyalty and to figure out the right technique to meet buyer wants and make purchasers stay as rehash clients. This kind of exploration is subjective examination. Information assortment strategies as immediate perception (perception), polls, writing study, and documentation.

In view of the consequences of the review, in particular on the elements of direct proof, like tidiness, tidiness, and cordiality of workers, neatness of the charger BBM, and natural neatness SPBU, and the accessibility of a genuinely wide page. In the dependability aspect, representatives can offer designated types of assistance. The responsiveness aspect is very great, however representatives should focus harder on and work on the nature of administration. In the confirmation aspect, workers have great abilities in serving purchasers. In the component of sympathy, it is viewed as great on the grounds that the organization has thoughtful and capable representatives.

Keywords : Service quality, Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini persaingan perdagangan semakin luas hal ini mendorong pengusaha untuk semakin bersaing dalam mengembangkan perusahaannya. Dilihat dari perkembangan ekonomi di Indonesia yang semakin pesat jumlah permintaan pasar akan barang maupun jasa juga semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan tidak sedikit produk yang ditawarkan kepada pasar khususnya Bahan Bakar Minyak (BBM) yang tinggi dimasyarakat.

Indonesia termasuk pengguna kendaraan terbanyak di Asia, hal ini sangat berkaitan juga dengan permintaan pasar pada BBM yang sangat tinggi di Indonesia. BBM yakni bagian dari energi penting yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari baik di desa maupun di kota, hal ini dikarenakan tanpa adanya BBM masyarakat tidak dapat menjalankan aktifitas sehari-hari baik dalam bidang industri maupun transportasi. Dalam perkembangan yang sedemikian pesat, BBM mempunyai daya tarik bagi pelaku usaha yang ingin membuka SPBU.

Bahan Bakar Minyak (BBM) hanya akan didapatkan oleh konsumen atau masyarakat di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) dikarenakan BBM termasuk produk yang memiliki resiko yang tinggi dan harus diawasi dengan pengawasan yang ketat. Oleh karena itu, keberadaan SPBU di masyarakat harus menjadi suatu hal yang mampu memberikan pelayanan yang baik agar mampu bersaing.

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) yakni prasarana umum yang disediakan oleh PT.Pertamina untuk masyarakat luas dalam memenuhi kebutuhan bahan bakar di Indonesia. Pada umumnya SPBU menjual bahan bakar sejenis *pertalite*, *pertamax*, *dexlite* dan *bio solar*. PT.Pertamina yaitu Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara yaitu bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertugas mengelola penambangan minyak dan gas bumi di Indonesia.

Untuk meningkatkan daya saing SPBU, Tepatnya pada SPBU 6470702 Liang Anggang harus memiliki daya saing yang tinggi dalam meningkatkan kualitas kepuasan pelayanan terhadap konsumen yaitu dengan cara memperbaiki standar fasilitas dan pelayanan yang tersedia pada SPBU 6470702 Liang Anggang. Kualitas pelayanan yang diberikan yakni sasaran utama dari semua taktik dan strategi pemasaran untuk mempengaruhi perilaku konsumen, karena sasaran utama yaitu perubahan perilaku, untuk itu perlu perencanaan strategi dimulai dengan memahami perilaku konsumen tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen guna mencapai kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen yaitu suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk barang maupun jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Konsumen saat ini memegang kendali yang kuat karena memiliki variasi dalam memutuskan SPBU mana yang akan mereka kunjungi dalam melakukan pembelian bahan bakar. Tentunya mereka akan memilih SPBU yang memiliki fasilitas dan pelayanan yang terbaik.

Dilihat pada umumnya masyarakat Indonesia memiliki rasa ingin dilayani secara penuh (*full service*), maka dengan pelayanan yang penuh kepada konsumen akan memberikan kesan positif dibenak konsumen. Ketika konsumen merasa kebutuhan mereka terpenuhi yang sesuai dengan harapan, maka besar kemungkinan mereka akan cenderung meningkatkan belanja mereka saat mereka mengalami pelayanan yang baik terus menerus dan merasa sangat puas.

SPBU Lianggang ini sudah bersertifikasi PASTI PAS! Hal ini lebih banyak memiliki keunggulan dibandingkan dengan SPBU yang belum mendapatkan sertifikasi Pasti Pas dan Non Pasti Pas. Hal ini menjamin pelayanan terbaik yang diberikan SPBU 6470702 Liang Anggang yang memenuhi standar kelas dunia. Konsumen akan mendapatkan kualitas dan kuantitas BBM yang terjamin, pelayanan yang ramah, serta fasilitas yang nyaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini penulis memakai metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian yang dipakai untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti yaitu sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

adapun teknik-teknik pengumpulan data penelitian tersebut yaitu sebagai berikut: Pengamatan Langsung (Observasi), Kuesioner, Studi Kepustakaan dan Dokumentasi

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan

1) Dimensi Bukti Langsung (*Tangibility*)

Dalam bagian ini dijelaskan tentang tingkat kepuasan pelanggan pada SPBU 6470702 Liang Anggang. Menurut persepsi pelanggan tentang dimensi bukti langsung (*tangibility*) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1

Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Dimensi Bukti Langsung (*Tangibility*)

No	Bukti Langsung (<i>Tangibility</i>)	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Kerapian dan kebersihan alat pengisi BBM	3	4	3	-	-
2	Halaman antrian BBM luas	4	2	4	-	-
3	Kebersihan dan kerapian karyawan serta keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	5	3	2	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui maka hasil dari kuesioner yang ditujukan kepada 10 orang responden terhadap dimensi bukti langsung (*tangibility*) dapat dijelaskan sebagai berikut : Pada aspek kerapian dan kebersihan alat pengisi BBM, dari 10 orang resoponden yang diteliti dapat diketahui maka 3 orang menanggapi sangat baik, 4 oarng menganggap baik, dan 3 orang menganggap cukup baik. Pada aspek halaman antrian BBM, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 4 orang menanggapi sangat baik, 2 orang menganggap baik, dan 4 orang mengangggap cukup baik. Dan pada aspek kebersihan dan kerapian karyawan serta keramahan karyawan dalam melayani pelanggan, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 5 orang menganggap sangat baik, 3 orang menganggap baik, dan 2 orang menganggap cukup baik.

2) Dimensi Kehandalan (*Reability*)

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Dimensi Kehandalan (*Reability*)

No	Kehandalan (<i>Reability</i>)	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat sasaran	3	6	1	-	-
2	Karyawan secara cepat melakukan koreksi jika terjadi kesalahan	3	4	2	1	-
3	Karyawan mampu memberikan jumlah pengisian BBM sesuai dengan slogan Pertamina PASTI PAS!	2	7	1	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui maka hasil dari kuesioner yang ditujukan kepada 10 orang responden terhadap dimensi kehandalan (*reability*) dapat dijelaskan sebagai berikut: Pada aspek karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat sasaran, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 3 orang menganggap sangat baik, 6 orang menganggap baik, dan 1 orang menganggap cukup baik. Pada aspek karyawan secara cepat melakukan koreksi jika terjadi kesalahan, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 3 orang menganggap sangat baik, 4 orang menganggap baik 2 orang menganggap cukup baik, dan 1 orang menganggap tidak baik. Dan pada aspek karyawan mampu memberikan jumlah pengisian BBM sesuai dengan slogan Pertamina PASTI PAS! , dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 2 orag menganggap sangat baik, 7 orang menganggap baik dan 1 orang menganggap cukup baik.

3) Dimensi Daya Tanggap (*Responsiviness*)

Tabel 3
Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Dimensi Daya Tanggap (*Responsiviness*)

No	Daya Tanggap (<i>Responsiviness</i>)	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Karyawan mampu memberikan pelayanan ekstra untuk memenuhi keinginan konsumen	4	3	3	-	-
2	Karyawan cepat dalam menyelesaikan keluhan konsumen	2	5	2	1	-
3	Pada saat waktu ramai pengunjung karyawan bekerja secara cepat dan teratur	4	4	2	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui maka hasil dari kuesioner yang ditujukan kepada 10 orang responden terhadap dimensi daya tanggap (*resposiviness*) dapat dijelaskan sebagai berikut: Pada aspek karyawan mampu memberikan pelayanan ekstra untuk memenuhi keinginan konsumen, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 4 orang menganggap sangat baik, 3 orang menganggap baik, dan 3 orang menganggap cukup baik. Pada aspek karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 2 orang menganggap sagat baik, 5 orang menganggap baik, 2 orang menganggap cukup baik, dan 1 orang menganggap tidak baik. Dan Pada aspek saat waktu ramai pengunjung karyawan bekerja secara cepat dan teratur, dari 10 orang responden dapat diketahui maka 4 orang menganggap sangat baik, 4 orang menganggap baik, dan 2 orang menganggap cukup baik.

4) Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.
Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Dimensi Jaminan (*Assurance*)

No	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Perusahaan mampu membuat konsumen nyaman dalam berkomunikasi dengan karyawan	4	5	1	-	-
2	Karyawan memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen	3	3	4	-	-
3	Karyawan mau dan mampu memberikan informasi tentang jenis dan harga BBM yang dijual	2	6	2	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui maka hasil dari kuesioner yang ditujukan kepada 10 orang responden terhadap dimensi Jaminan (*Assurance*) dapat dijelaskan sebagai berikut: Pada aspek perusahaan mampu membuat konsumen nyaman dalam berkomunikasi dengan karyawan, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 4 orang menganggap sangat baik, 5 orang menganggap baik, dan 1 orang menganggap cukup baik. Pada aspek karyawan memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 3 orang menganggap sangat baik, 3 orang menganggap baik, dan 4 orang menganggap cukup baik. Dan pada aspek karyawan mau dan mampu memberikan informasi tentang jenis dan harga BBM yang dijual, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka, 2 orang menganggap sangat baik, 6 orang menganggap baik, dan 2 orang menganggap cukup baik.

5) Dimensi Empati (*Emphaty*)

:

Tabel 5
Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Dimensi Empati (*Emphaty*)

No	Empati (<i>Emphaty</i>)	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1	Perusahaan memiliki karyawan yang mampu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen	3	5	2	-	-
2	Perusahaan sangat memperhatikan kepentingan konsumen	4	3	3	-	-
3	Perusahaan memiliki karyawan yang simpati dan bertanggung jawab	3	6	1	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui maka hasil dari kuesioner yang ditujukan kepada 10 orang responden terhadap dimensi Empati (*Emphaty*) dapat dijelaskan sebagai berikut: Pada aspek perusahaan memiliki karyawan yang mampu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 3 orang menganggap sangat baik, 5 orang menganggap baik, dan 2 orang menganggap cukup baik. Pada aspek perusahaan sangat memperhatikan kepentingan konsumen, dari 10 orang responden yang diteliti dapat diketahui maka 4 orang menganggap sangat baik, 3 orang menganggap baik, dan 3 orang menganggap cukup baik. Dan pada aspek perusahaan memiliki karyawan yang simpati dan bertanggung jawab, dari 10 orang responden yag diteliti dapat diketahui maka 3 orang menganggap sangat baik, 6 orang menganggap baik, dan 1 orang menganggap cukup baik.

PEMBAHASAN

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan SPBU 6470702 Liang Anggang perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian yaitu pada dimensi bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada aspek bukti langsung seperti kebersihan, kerapian, dan keramahan karyawan, kebersihan pada alat pengisi BBM, serta kebersihan lingkungan SPBU dan tersedianya halaman yang cukup luas. Karyawan harus sangat diperhatikan oleh perusahaan pada aspek tersebut karena guna mencapai kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang

diberikan. Hal ini dapat dilakukan perusahaan dengan memperketat aturan berpakaian karyawan terutama pada bagian operator agar lebih terlihat rapi dan bersih.

Pada aspek kehandalan seperti karyawan mampu memberikan pelayanan yang tepat sasaran dan karyawan secara cepat melakukan koreksi jika terjadi kesalahan juga harus diperhatikan oleh perusahaan atau atasan karena hal ini sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan. Kehandalan karyawan harus ditingkatkan lagi dengan cara memberikan ilmu atau pelatihan dan wawasan dengan cara meningkatkan pendidikan atau pelatihan baik formal maupun informal.

Pada aspek daya tanggap sudah cukup baik tetapi hanya saja ada 1 responden yang kurang merasa puas pada aspek karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen, untuk itu karyawan harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas dalam pelayanan agar konsumen yang mengisi bahan bakar minyak akan merasa puas.

Pada aspek jaminan seperti karyawan memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen, hal ini harus lebih ditingkatkan lagi karena pada hasil penelitian tersebut ada 4 orang responden menganggap cukup baik maka dari itu guna mencapai kepuasan yang maksimal pada pelanggan karyawan harus lebih meningkatkan lagi dalam keterampilan dalam melayani konsumen terutama pada bagian operator pengisian BBM.

Yang terakhir aspek empati, pada aspek ini sudah terbilang baik karena perusahaan memiliki karyawan yang simpati dan bertanggung jawab, perusahaan memperhatikan keinginan konsumen. Tetapi perusahaan harus lebih lagi dalam memperhatikan pada aspek tersebut untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan guna mencapai kepuasan pelanggan pada SPBU 6470702 Liang Anggang.

Berdasarkan hasil penelitian ini, strategi yang tepat untuk memenuhi keinginan konsumen dan membuat konsumen tetap bertahan sebagai pelanggan tetap pada SPBU 6470702 Liang Anggang yaitu:

1. Karyawan pada bagian kebersihan harus lebih memperhatikan lagi kebersihan lingkungan SPBU terutama pada bagian *rest area*, karena ada beberapa bagian tempat yang masih kotor atau berdebu.
2. SPBU 6470702 Liang Anggang sebaiknya menyediakan tempat pengisian angin ban atau biasa yang disebut *air radiator*, karena kebanyakan SPBU sekarang harus sudah menyediakan fasilitas *air radiator* untuk memudahkan pengendara untuk mengisi angin ban kendaraannya.
3. Lokasi antrian kurang luas sehingga terkadang truk dan mobil antri sampai keluar dari lokasi SPBU, sebaiknya jika bisa perusahaan memperluas tempat antrian BBM.
4. Untuk karyawan pada bagian operator yang masih magang sebaiknya harus lebih diawasi karena keterampilan yang masih belum maksimal dalam melayani pelanggan.
5. SPBU ini sebaiknya menyediakan stok BBM yang mencukupi karena terkadang ada beberapa pengunjung yang tidak jadi mengisi BBM pada SPBU 6470702 Liang Anggang karena stok yang kosong atau BBM masih dalam perjalanan.
6. SPBU ini diharapkan lebih memperhatikan dan menjaga kebersihan mesin operator BBM.
7. SPBU 6470702 sebaiknya buka 24 jam karena SPBU ini terletak pada jalur ekonomi masyarakat.

PENUTUP

Dari hasil pembahasan tersebut dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sangat penting untuk kelangsungan atau keberhasilan sebuah tempat usaha atau perusahaan khususnya pada SPBU 6470702 Liang Anggang. Analisis pelayanan (bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) pada SPBU 6470702 Liang Anggang mempunyai dampak positif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2) Pada dimensi pelayanan yang relatif lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada SPBU 6470702 Liang Anggang yaitu dimensi bukti langsung (*tangibility*) karena pada dimensi ini mendapatkan penilaian yang paling tinggi dibandingkan dengan dimensi lain.
- 3) Pada dimensi kehandalan pelanggan SPBU 6470702 Liang Anggang sudah merasa puas terhadap pelayanan yang sudah diberikan seperti pada aspek karyawan mampu memberikan barang yang tepat sesuai dengan keinginan pelanggan hanya saja perlu ditingkatkan lagi agar pelanggan merasa puas.
- 4) Pada dimensi daya tanggap konsumen sudah merasa puas karena pada saat ramai pengunjung karyawan sudah mampu bekerja secara teratur dan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
- 5) Pada dimensi jaminan konsumen sudah merasa puas tetapi karyawan harus lebih meningkatkan lagi pada aspek karyawan memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen guna mencapai kepuasan pelanggan yang lebih maksimal.
- 6) Pada dimensi empati konsumen sudah merasa puas karena pada aspek perusahaan memiliki karyawan yang simpati dan bertanggung jawab, perusahaan memperhatikan keinginan konsumen sudah terbilang baik hanya saja perusahaan harus lebih memperhatikan lagi untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamid, A, & Zubair M, K. (2012). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *Jurnal Balanca*. 1(1).
- Hanum, Fadhila dkk. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Promosi Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Yang Memakai Grab. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(3, 528-537).
- Hendrayani. (2021). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Jurhani. (2017). *Manajemen Mutu Terpadu*. Makassar: CV Sah Media.
- Maulana Ade Syarif. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi* , 7(2).
- Pertiwi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Qomariah. (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*. Jember: CV. Pustaka Abadi.

- Radito, Th. A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2).
- Rivaldo, Yandra dkk. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel. *Jurnal As-Said*. LP2N. Institut Agama Islam Abdullah Said Batam , 1(1).
- Rohaeni, H & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2).
- Setiawan, Ajis. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Inonesia)*, 9(2, 114-126).
- Suandi. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten Oku Timur. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (JIASK)*, 1(2).
- Suhandi, dkk. (2019). Strategi Pemasaran Tradisional Keripik Talas Beneng Dengan Penerapan Marketig Mix Untuk Meningkatkan Penjualan. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(2).
- Susanti, Novia, & Ichsan, Achmad. (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astellas Pharma Indonesia Area Depok. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1).
- Wahab, Wirdayani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Terhadap Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1).