



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 8975-8985

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Persaingan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Desa Matahoalu Kecamatan Uepai

Muhamad Pariama^{1✉}, Yunila², Diah Susilawati³

Universitas Lakidende Unaaha

Email : muhpariama10@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Persaingan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu, Kecamatan Uepai (2) Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu, Kecamatan Uepai (3) Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu, Kecamatan Uepai (4) Untuk mengetahui Persaingan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu, Kecamatan Uepai. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu Kecamatan Uepai dengan jumlah responden 45 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan Persaingan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tahu dan Tempe Kevin di Desa Matahoalu Kecamatan Uepai

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Harga, Persaingan dan Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This research aims to (1) To determine the influence of service quality, price and competition on customer satisfaction at Kevin's Tofu and Tempeh MSMEs in Village Matahoalu Subdistrict Uepai (2) To find out how Service Quality influences Customer Satisfaction at Kevin's Tofu and Tempe MSMEs in Village Matahoaku, Subdistrict. Uepai (3) To find out how price influences customer satisfaction at Kevin's Tofu and Tempeh MSMEs in Village Matahoalu, Subdistrict. Uepai (4) To find out how competition affects customer satisfaction at Kevin's Tofu and Tempe MSMEs in Village Matahoalu, Subdistrict Uepai. The population used in this research was Tahu and Tempe customers, Kevin Dimatahoalu Kec. Uepai with a total of 45 respondents. The results of this research show that Service Quality simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction, Price simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction and Competition simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction of Tofu and Tempe Kevin in Village matahoalu Subdistrict Uepai.

Keywords: Customer Satisfaction, Price, Competition and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Tahu dan tempe merupakan salah satu produk makanan yang sudah populer dimasyarakat Indonesia. Sejak dulu, masyarakat Indonesia terbiasa mengonsumsi tahu sebagai lauk pauk pendamping nasi atau sebagai makanan ringan. Tahu dan tempe menjadi makanan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena rasanya enak dan harganya juga relative murah. Tahu tempe mengandung beberapa nilai gizi, seperti protein, lemak, karbohidrat, kalori, mineral, fosfor, dan vitamin B-kompleks. Tahu juga kerap dijadikan salah satu menu diet rendah kalori karena kandungan karbohidrat yang rendah (Utami, 2012).

Masyarakat biasanya mengonsumsi tahu tempe yang terbuat dari bahan dasar kedelai. Akan tetapi, kondisi yang tidak menguntungkan kini harus dialami oleh masyarakat Indonesia. Hal itu karena dalam kurun waktu terakhir, harga kedelai yang merupakan bahan baku utama tahu dan tempe terus melonjak. Akibatnya, banyak produsen tahu tempe yang merugi sehingga akhirnya gulung tikar. Sementara itu, tuntutan kebutuhan gizi para konsumen juga harus dipenuhi mengingat tahu tempe merupakan sumber protein nabati sebagian besar masyarakat Indonesia.

Selama ini, bahan baku pembuatan tahu tempe yang telah dikenal hanya kacang kedelai. Padahal, ada beberapa jenis biji-bijian yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan alternative pembuatan tahu tempe Salah satu biji-bijian yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan alternative pembuatan tahu adalah biji munggur. Biji munggur dihasilkan dari pohon trembesi atau pohon munggur. Tanaman ini mudah ditemukan karena biasanya

ditanam di pinggir jalan, di halaman, dan di taman sebagai perindang. Hasil penelitian Felinia dan Alfred (2008), menunjukkan bahwa kombinasi kedelai dan kecipir terbaik adalah 50% berat kedelai dan 50% berat kecipir karena dapat menghasilkan tahu yang putih, tidak langu, memiliki rasa yang enak serta tekstur yang kenyal.

Hasil penelitian Djaafar (2011) menunjukkan bahwa tahu yang paling baik adalah tahu yang dibuat dengan substitusi kedelai 75% dengan bahan keungulan cuka beras 25% yang menghasilkan tahu yang kenyal, berwarna putih, rendeman yang dihasilkan tinggi, dan aroma yang baik. Tahu memiliki kandungan protein 13,69% dan lemak 3,40%. Umumnya, tanaman munggur hanya dimanfaatkan kayu dan daunnya, sedangkan biji munggur dibiarkan begitu saja.

Sedikit orang yang kreatif bisa memanfaatkan biji munggur menjadi sesuatu yang bernilai lebih, dengan cara diolah menjadi cemilan, seperti biji bunga matahari yang diolah menjadi kwaci. Berdasarkan penelitian Sulistyanto (2005), biji kedelai dalam dunia industri dapat digunakan untuk pembuatan bahan makanan. Contohnya tempe, tahu, kecap, dan susu. Akan tetapi, potensi ini belum dapat dikembangkan oleh masyarakat luas.

Adapun faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, Zikmund, dkk dalam Suryadana dan Octavia (2015) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Sampara dalam Hardiyansyah (2018:49) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Adapun menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014:216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Adapun faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Harga, Kotler serta Armstrong (2012) mendefinisikan Harga adalah sejumlah uang yang bertanggung jawab atas suatu produk dan layanan atau jumlah nilai yang ditukarkan oleh klien untuk mendapatkan manfaat awal memiliki atau menggunakan produk. Kotler dan Keller dalam (Kusuma and Suwito 2015) mengartikan Harga artinya galat satu konsumen satuan pemasaran yang membuat pendapatan elemen lain membentuk parto.

Adapun faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Persaingan, Menurut Fauzi (2015:71) menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana sebuah perusahaan/industri pada pasar produk/jasa tertentu akan

memperlihatkan keunggulannya masing masing dengan/tanpa terkait peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya.

Menurut ahli ekonomi Jerman dari lembaga Friedrich Naumann Stiftung, Dr. Rainer Adam (2011) berpendapat bahwa persaingan adalah suatu mekanisme yang efektif dan efisien yang bertujuan untuk menemukan solusi-solusi baru atas masalah-masalah baru dan tantangan-tantangan baru yang selalu muncul dalam dunia ekonomi.

Kepuasan secara umum akan berdampak pada Kepuasan Pelanggan, seperti kurangnya Kualitas Pelayanan yang diberikan produsen pada perusahaan industri Tahu Tempe Kevin akan berdampak pada rasa kepuasan. Salah satu usaha yang menghadapi masalah terhadap kepuasan adalah usaha industri Tahu dan Tempe Kevin. Permasalahan yang dihadapi oleh Tahu Tempe Kevin adalah Kualitas Pelayanan dalam memberikan pelayanan serta persaingan yang terkadang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini tahu dan tempe kevin akan mengalami penurunan kepuasan pelanggan karena adanya rasa kecewa terhadap usaha industri tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama para pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan pelanggan sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Pelanggan yang loyal pada perusahaan memberikan prioritas utama dalam berintraksi. Kepuasan pelanggan berkaitan erat terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan.

Tahu Dan Tempe Kevin merupakan suatu usaha mikro kecil menengah yang sudah didirikan sejak 2009 sampai sekarang. Hal ini menjadikan peluang usaha industri rumahan yang begitu menjanjikan, berawal dari mempunyai satu pelanggan dan tempat seadanya dan modal yang tidak begitu besar.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan metode sebagai berikut:

1. Dokumentasi yaitu mencatat atau mengambil data yang telah didokumentasikan pada Tahu Dan Tempe Kevin di Desa Matahoalu Kecamatan Uepai.
2. Kuesioner yaitu data yang diperoleh lewat penyebaran angket atau kuesioner kepada pelanggan Tahu Dan Tempe kevin di Desa Matahoalu Kecamatan Uepai.

3. Observasi yaitu data yang diperoleh lewat sikap responden dan merekam fenomena yang terjadi pada industri Tahu Dan Tempe Kevin di Desa Matahoalu Kecamatan Uepai.

Kategori jawaban menggunakan Skala Likert yang kemudian dilakukan scoring untuk membuat kategori masing-masing variabel. Skala Likert adalah skala psikometrik yang umumnya digunakan dalam riset sevey (Sugiyono, 2004). Dalam skala likert responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan dengan memilih salah satu pilihan yang tersedia. Penentuan skala likert menggunakan skala 1 sampai dengan 5 (Riduwan, 2006).

- a. Nilai 1 Untuk Jawaban Sengat Tidak Setuju
- b. Nilai 2 Untuk Jawaban Tidak Setuju
- c. Nilai 3 Untuk Jawaban Ragu-ragu Atau Netral
- d. Nilai 4 Untuk Jawaban Setuju
- e. Nilai 5 Untuk Jawaban Sangat Setuju

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, uji analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi linier berganda menurut Sugiyono, (2018) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X1 X2 X3 = Variabel bebas

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi

e = Kesalahan gangguan (eror)

Apabila rumus tersebut diaplikasikan dalam penelitian ini, maka rumus tersebut akan berubah menjadi :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X1 = Kualitas pelayanan

X2 = Harga
X3 = Persaingan
 α = konstanta
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi
 e = Kesalahan gangguan (ero

Uji f

Uji f bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (stimultan) memengaruhi variabel dependen. Uji f dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Pengujian dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi F. Apabila nilai Signifikansi F < dari 0.05 dan $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} maka variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, Sebaliknya jika nilai Signifikansi F > dari 0.05 dan $F_{hitung} <$ dari F_{tabel} maka variabel bebas secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Persaingan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh secara simultan merupakan pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas (independen) jika digabungkan terhadap variabel terikat (dependen).

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data dalam penelitian ini dari hasil perhitungan dapat dilihat nilai ($F_{hitung} = 8.564$) > ($F_{tabel} = 3,23$) dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ maka secara simultan dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu Kecamatan Uepai.

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan persaingan berpengaruh positif dan signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri Agung Susanto (2020), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Persaingan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Astra Internasional TBK Honda Cabang Maros. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Persaingan Terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. harga dan kualitas produk berpengaruh sebesar 59% terhadap

kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan sangat penting untuk dapat menarik minat konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, karena pada dasarnya setiap orang yang akan membeli suatu produk ingin memperoleh Pelayanan yang baik. Harga juga merupakan alat pembayaran yang dipergunakan untuk transaksi jual beli barang atau jasa tidak hanya itu Persaingan juga merupakan kemampuan suatu UMKM untuk dapat menghasilkan barang atau jasa yang setandar dengan permintaan pasar. Dengan demikian bahwa kualitas Pelayanan, Harga dan Persaingan merupakan variabel yang sangat penting apabila kualitas Pelayanan bagus Harga dan Persaingan yang diberikan relatif terjangkau bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin Dimatahoalu Kecamatan Uepai

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel independen yaitu Kualitas Pelayan (X1), Harga (X2) dan Persaingan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (X1)

Berdasarkan hasil uji parsial nilai ($t_{hitung} = 3.311$) > ($t_{tabel} = 2,019$) dan nilai sig sebesar $0,003 < 0,005$ sehingga dapat disimplkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin Dimatahoalu Kec. Uepai. Menurut Zikmud (2018) Kualitas Pelayaan merupakan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi konsumen, tidak hanya itu Kualitas Pelayanan juga juga merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka dapat atau mereka peroleh.

Kualitas pelayanan diukur menggunakan 5 indikator yakni: (1) Berwujud (2) Empati (3) Daya Tanggap (4) Keandalan (5) Jaminan. Berdasarkan tabel distribusi frekuensi untuk variabel kualitas pelayanan dapat dilihat bahwa secara rata-rata tanggapan responden variabel pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu Kecamatan Uepai, dari jumlah keseluruhan pernyataan Kualitas Pelayanan sebesar 4,09 dengan nilai rata-rata paling tinggi sebesar 4,46 pada X5, X6 dan X8 dengan pernyataan (1. UMKM Tahu dan Tepe Kevin memberikan keandalan penuh untuk memberikan pelayanan yang cepat, 2. UMKM Tahu dan Tempe Kevin mengutamakan keandalan pelayanan dengan segera dan akurat, 3. Daya tanggap sangat berperan dalam kepuasan konsumen pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin), sedangkan nilai rata-rata paling rendah sebesar 3,6 pada X9 dengan

pernyataan (UMKM Tahu dan Tempe Kevin memberikan jaminan yang bagus apabila barang yang di berikan rusak). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Narto Irawan, dkk (2020), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pelanggan PT. Astra TBK.

Pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan (X2)

Berdasarkan hasil uji t nilai ($t_{hitung} = 2.127$) > ($t_{tabel} = 2,019$) dengan nilai sig sebesar $0,001 < 0,005$ sehingga dapat disimplkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut Kotler serta Amstrong (2012) Harga merupakan biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen untuk memperoleh barang atau jasa. Pada penelitian ini Harga diukur dalam 4 indikator (1) Dafrar harga (2) Promo (3) Syarat Pembayaran (4) Potongan Harga. Distribusi frekuensi untuk variabel Harga dapat dilihat bahwa secara rata-rata tanggapan responden variable pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu Kecamatan Uepai, dari jumlah keseluruhan pernyataan Harga sebesar 4,22 dengan nilai rata-rata paling tinggi sebesar 4,53 pada X4 dengan pernyataan (UMKM Tahu dan Tempe Kevin memberikan diskon pada produknya relatif murah), sedangkan nilai rata-rata paling rendah sebesar 3,64 pada X8 dengan pernyataan (potongan Harga yang di berikan UMKM Tahu dan Tempe Kevin sangat menarik). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Gofur (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun hasil penelitian dari penelitian yang dilakukan yaitu secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Persaingan terhadap kepuasan pelanggan (X3)

Berdasarkan hasil uji t nilai ($t_{hitung} = > 2.169$) > ($t_{tabel} = 2,019$) dengan nilai sig sebesar $0,00 < 0,005$ sehingga dapat disimplkan bahwa Persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut Fauzi (2015 : 71) Persaingan merupakan kemampuan suatu UMKM untuk dapat menghasilkan barang atau jasa yang setandar dengan permintaan pasar, Persaingan juga merupakan organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang di inginkan seperti konsumen pansa pasar atau sumber daya yang dibutuhkan.

Pada penelitian ini variabel Persaingan diukur menggunakan 5 indikator (1) Lingkungan (2) Permintaan dan Penawaran (3) Jumlah Industri (4) Harga (5) Iklan. Distribusi frekuensi untuk variabel Persaingan dapat dilihat bahwa secara rata-rata

tanggapan responden variable pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Matahoalu Kecamatan Uepai, dari jumlah keseluruhan pernyataan Persaingan sebesar 4,034 dengan nilai rata-rata paling tinggi sebesar 4,51 pada X4 dengan pernyataan (permintaan dan penawaran UMKM Tahu dan Tempe Kevin lebih meningkat dengan penawaran yang beragam), sedangkan nilai rata-rata paling rendah sebesar 3,39 pada X1 dengan pernyataan (lingkungan pada industry UMKM Tahu dan Tempe Kevin baik dan ramah)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bahtiar Herman (2021) yang berjudul Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil. Adapun hasil penelitian dari penelitian yang dilakukan yaitu secara parsial Persaingan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas Pelayanan, Harga dan Persaingan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Desa matahoalu Kecamatan Uepai.
2. Disimpulkan bahwa variable kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Desa matahoalu Kecamatan Uepai.
3. Disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Desa matahoalu Kecamatan Uepai.
4. Dapat disimpulkan bahwa variable persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Tahu dan Tempe Kevin di Desa matahoalu Kecamatan Uepai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur (2019) " *Pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan*"
Jurnal riset manajemen dan bisnis (JRMB) fakultas ekonomi ANIAT vol.4 no 1
- Bhatir Herman (2022). " *Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)*", JURNAL BISNIS, MANAJEMEN, DAN INFORMATIKA JBMI-VOL 19 NO 1

- Drdrainer Adam (2018) "*Ilmu Ekonomi Jerman dan Persaingan Ekonomi*".
- Fauzi, M. (2015) *Management Strategik*, Semarang : Cv Karya Abadi Jaya.
- Gisyel Angly, Johnny Revo Elia Tampi & Danny David Samuel (2019) "*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*". Jurnal Administrasi Bisnis Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi.
- Hair. (2006). Sampel Yang Ideal Adalah 6-10 Variabel Bebas Jilid 1 Bandung
- Herdiansyah (2018). "*Kualitas Pelayanan Public*", Bandung Palembang Gaya Media.
- Herdiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Pablik Bandung Palembang*. Gava Media.
- Heri Anggung Susanto (2020) " *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pada PT. ASTRA internasional TBK honda cabang maros*" JURNAL BRAND VOLUME 2 NO.1
- Irmayanti Febriani, Retno Widyowati P. A, Misbahulanwar. (2019), "*Experiental Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan*", Manajemen Universitas Muhamaddiyah, Yogyakarta.
- Irmayanti, E, Tampi, J. R. A., & Mukunan D. D. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kelinik Ester House Of Beauty Manado (Studi Kasus Pada Pelanggan Kelinik Eshter House Of Beauty Manado)*. Jurnal Sdministrasi Bisnis 6.
- Kotler Dan Anstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 12. Erlanggan. Jakarta
- Kotler Dan Anstrong, G. 2012. *Principles Of Marketing*. 14 Th Edition Person Internasional Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler Dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012) *Marketing Management* (15th Ed). New Jersey: Person Education.
- Kotler, Philip dan Gery Amostrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke Sembilan*, Jilid 1, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gren Media Jakarta.
- Kotler, Phillip, Gayery Armstrcnj, (2012). " *Dasar-Dasar Pemasaran*" Edisi Ke-9 Jilid 1 Penerbit PT. Indeks Kompleks Gremedia Jakarta.
- Lovelock C. dkk. (2010). *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*. Alih Bahasa Wulandari D. Dan Putra D. B. Jilid 1 Jakarta Erlangga.
- Lupiyoadi. R, (2001). *Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- M. Nasi. (2003). *Sampel Hanya Sebagai Populasi Saja*. Hal 271

- Muhammad T. (2020) "*pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan penggunaan system akuntansi terhadap pekerja UMKM*".
- Nanggilan. (2020). (Sugiono, 2018). Purposif Sampel Pada Pengujian
- Natro Irawan (2020) "*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UNKM padang*"
- Pudya Astuty, E (2021) "*upaya peningkatan keunggulan bersaing usaha mikro kecil dan menengah UMKM Kota medan di pasar pandemic 2019*"
- Suhendi Sasangka 1. (2014). *Pengantar Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Suryadana M. L & Fanny O, (2015) "*Pengantar Pemasaran Pariwisata Bandung*" : Afebeta.
- Sugiono (2013) "*metode penelitan Pendidikan pendekatan kuantitatif dalam pengambilan sampel*"
- Titania Paputungan. (2021). "*Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. JNT Kotamubangu*". Jilid 1
- Tjipto (2012). "*Pemasaran Strategi*" Yogyakarta, Andi.
- Tjipto Fandy & Giegreious Chandra (2019). "*Service Quality Dan Santive*". Edisi Ketiga Yogyakarta, Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012) *Servis Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: PT Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi & Gregorius Chandra. (2014). *Service Quality dan Stactifation Edisi ke Tiga*. Yogyakarta. Andy Ofsect.
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta
- Zidmude. P. A & Oktavia (2015). "*Kualitas Pelayanan*", Hardiansyah (2018 : 49) Lupyadi (2014 : 216) Konsep Kualitas Layanan (Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Empaty).