PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN BORZO DELIVERY

Oleh

**NUGRAHA IQBAL FIRMANSYAH¹, FAHYUNI BAHARUDDIN²,
SETIABUDHI³**

Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya

Email: fahyuni@univ45sby.ac.id

ABSTRAK

Komentar dari konsumen merupakan penentu dari sebuah bentuk kepuasan. Dari hal yang disajikan sangat kecil hingga besar menjadikan penentu layak tidaknya suatu benda atau jasa dipergunakan. Jasa pengiriman merupakan hal yang sudah lumrah dipergunakan pada era sekarang. Dengan tujuan untuk mempermudah manusia dalam aktifitasnya. Penelitian bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Borzo Delivery. Rumusan Masalah Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Borzo Delivery ?. Subjek dalam penelitian ini populasi sebanyak 268 pelanggan. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman Borzo Delivery menggunakan sampel sebanyak 110 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik cluster sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 for Windows. Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini diperoleh bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Borzo Delivery . Hal ini dilihat dari r empirik = 0,920 karena f empirik = 1250,116 > f tabel 5% (1,39) dan > f tabel 1% (1,59%), maka hipotesanya terbukti sedangkan > besar pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 92%. Dengan demikian uji hipotesa menyatakan bahwa terbukti lebih besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Borzo Delivery.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Borzo Delivery.

ABSTRACT

Comments from consumers are determinants of a form of satisfaction. From the things that are presented very small to large, it determines whether an object or service is used. Delivery service is something that is commonly used in this era. With the aim to facilitate humans in their activities. The research aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction of Borzo Delivery delivery services. Problem Formulation Is there any effect of service quality on customer satisfaction of Borzo Delivery delivery services?. Subjects in this study population of 268 customers. In this study, the samples were customers who had used the Borzo Delivery delivery service using a sample of 110 respondents. Sampling in this study using cluster sampling technique. The data analysis technique uses simple linear regression analysis using SPSS version 22 for Windows. Based on the results of this research data analysis, it was found that there was an influence of service quality on customer satisfaction for Borzo Delivery delivery services. This can be seen from r empirical = 0.920 because empirical = 1250.116 > f table 5% (1.39) and > f table 1% (1.59%), then the hypothesis is proven whereas > the influence of variable X on Y is 92%. Thus the hypothesis test states that it is proven that service quality has a greater effect on customer satisfaction of Borzo Delivery delivery services.

Keywords: *Service Quality On Customer Satisfaction Of Borzo Delivery Services.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, jasa industri mengalami naik daun dibandingkan satu dasawarsa terakhir. Perkembangan industri ini dapat dilihat dari permintaan yang meningkat dari industri jasa terhadap industri customer-sharing. Salah satu penyebab tingginya frekuensi pengiriman adalah maraknya penjualan online dan pengiriman dokumen perusahaan. Hal inilah yang mendorong tumbuhnya pasar jasa pengiriman barang. Bisnis jasa pengiriman barang merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang besar. Karena pertumbuhan pesat sektor e-commerce, peluang bisnis layanan ekspres semakin tinggi. Sistem belanja online, semakin banyak produsen. Kehadiran produsen dapat memenuhi keinginan para konsumen dikarenakan dapat mengantarkan barang kepada pengguna yang terdekat dengan lokasi usaha maupun sangat jauh dari daerah tempat produsen beroperasi. Memungkinkan untuk memperluas jangkauan pasarnya dan berdampak naiknya keuntungan.

Pesatnya perkembangan jasa pengiriman barang mendorong persaingan antar penyedia jasa distribusi kargo, sehingga pelaku usaha perlu menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Menurut Kotler & Keller (2012), kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan seseorang setelah mempertimbangkan perasaannya dengan harapannya. Kepuasan konsumen membawa manfaat bagi suatu perusahaan, antara lain relasi yang serasi antara perusahaan dengan pelanggannya, memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan tetap, dan menciptakan kesetiaan pelanggan yang menguntungkan perusahaan.

Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan, yang menurut (Parasuraman, Tjiptono, 2014) didefinisikan sebagai tingkat keunggulan serta kendali atas keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Fokus produsen dalam pemetaan pelayanan merupakan gerbang penentu sebuah kepuasan.

Tiap konsumen menginginkan pelayanan terbaik dari produsen. pelayanan yang terbaik akan menimbulkan kepuasan konsumen jasa. Pelayanan terbaik menyebabkan adanya konsumen yang setia dengan produsen dikarenakan rasa puas tersebut. Permasalahan dari riset ini merupakan rivalitas dalam pelayanan jasa pengiriman benda terus menjadi ketat, sehingga industri jasa pengiriman Borzo Delivery wajib membagikan mutu pelayanan yang baik kepada pelanggan. Sebab mempengaruhi mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Borzo Delivery

Rasa puas pelanggan merupakan faktor utama bagi industri untuk memperhatikan bisnisnya dan mengalahkan pesaingnya di antara perusahaan sejenis. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan menjadi perhatian yang berkembang, karena tujuan bisnis pada dasarnya adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi domain yang muncul maka semakin menguntungkan bagi pihak industri. Namun, jika kepuasan pelanggan rendah, mereka dapat beralih ke layanan pengiriman lain. Menurut (Kotler & Keller dalam Januar Effandi, 2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat argumen pribadi dengan membandingkan produk yang diiklankan dengan harapan. Menurut (Westbrook & Relly, 1983), kepuasan pelanggan diukur dengan perasaan tentang produk atau layanan tertentu yang dibeli, pengecer, serta pola perilaku (seperti perilaku belanja dan perilaku pembelanja), dan pengalaman yang terkait dengan pasar sebagai keseluruhan. reaksi.

Sedangkan menurut (Kotler & Keller dalam Lupiyoadi, 2013), kepuasan adalah tingkat menyamakan antara produk yang diinginkan dengan kenyataan sesungguhnya. Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016), meningkatkan kualitas sebuah produk dari awal tidak mudah, banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan kualitas. (Kotler & Keller dalam Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2016) menggambarkan dua aspek kepuasan

pelanggan, yaitu. aspek kinerja merupakan hasil dari keinginan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa tertentu dengan menilai kualitas layanan yang benar – benar dirasakan pelanggan dan aspek Ekspektasi adalah keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau menggunakan produk atau jasa yang dipercaya, menawarkan *value for money* dan, mencerminkan kinerja dan nilai yang positif. Dari paparan di atas terdapat rumusan masalah yaitu apakah terdapat mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Borzo Delivery. (Parasuraman, Khairina AR, 2020) Ada lima indikator kualitas pelayanan berupa, bukti fisik (Physical Evidence) adalah bukti terwujud atau atribut yang berkaitan dengan: penampilan, peralatan, personel, koresponden. Keandalan dalam menyediakan layanan. Daya Tanggap, Jaminan, serta Memahami masalah konsumen.

(Kotler & Keller dalam Tjiptono, 2014) menyatakan ada cara yang mungkin digunakan beberapa produsen untuk mengukur kepuasan konsumen. Berikut ini merupakan beberapa cara untuk mengetahui kepuasan konsumen tersebut. Melalui tanya jawab secara langsung merupakan cara mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Proses pengukuran memiliki dua bagian. Satu, mengukur seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan perusahaan. Selanjutnya, mengevaluasi serta membandingkan kepuasan pelanggan dengan produk lain.

Mengetahui dimensi Kepuasan pelanggan. Ada banyak aturan tentang nilai kepuasan pelanggan yaitu, mengidentifikasi kunci kepuasan, meminta penilaian produk, membandingkan dengan produk pesaing, serta menggolongkan aspek nilai secara menyeluruh. Mewujudkan harapan konsumen apakah konsumen sudah memperoleh kepuasan dengan harapan awal datang dan membuat relasi dengan industri. Pertanyaan yang bersinggungan dengan produsen lain sesekali dapat membuat cerminan dan penilaian secara tidak langsung.

Dalam kasus akuisisi jangka panjang, bahkan jika hanya ada satu pembelian, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada teman atau keluarga menjadi metrik penting untuk dianalisis dan dilacak. Namun ada juga faktor yang menyebabkan pelanggan menjadi sangat kecewa dengan pelayanan yang menjadikan rasa tidak puas. Beberapa jenis aspek yang biasa dipelajari untuk mengidentifikasi ketidakpuasan pelanggan antara lain: Mengeluh, Pengembalian, Perjanjian Biaya, Penarikan Produk, Penilaian Negatif, Eliminasi (pelanggan beralih)

Akhir dari manfaat kepuasan pelanggan akan bermacam-macam namun kebanyakan akan dapat dilihat dengan alasan berikut ini.

Bereaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Banyak persaingan industri ditandai kelebihan muatan dan kelebihan persediaan. Hal

ini menjadikan penurunan harga sebagai siasat untuk meraih konsumen. Penekanan pada kepuasan pelanggan wujud dari sebuah upaya untuk mempertahankan pelanggan. Banyaknya pengalaman menyatakan bahwa harga tinggi dengan kualitas baik lebih laku di pasaran, dari pada harga murah dengan kualitas buruk.

Manfaat ekonomi dari retensi pelanggan dibandingkan dengan perolehan prospek permanen

Studi menunjukkan bahwa lebih murah untuk mempertahankan dan menyenangkan pelanggan yang sudah ada daripada terus menarik pelanggan baru.

Dibandingkan dengan Nilai Kumulatif Hubungan Jangka Panjang

Usaha memperjuangkan pelanggan atas produk dan jasa perusahaan untuk waktu yang lama dapat menimbulkan antusiasme yang meningkat daripada membeli barang individu.

Daya Persuasif Gethok Tular (Word Of Mouth)

Dari sebuah pembicaraan penilaian suatu barang dari mulut ke telinga akan berdampak lebih mudah menyebar, hal ini didasari oleh rasa kepercayaan. Biasanya rasa kepercayaan ini timbul dalam lingkup keluarga.

Mengurangi sensitivitas harga

Konsumen yang sudah terpuaskan maka tidak akan pernah menawar barang yang telah dibeli. Bahkan mereka menyadari bahwa hal ini bukan aspek mencari untung.

Kepuasan Pelanggan Sebagai Indikator Kesuksesan Bisnis di Masa Depan

Dasarnya, kepuasan pelanggan adalah rangkaian senjata, karena butuh waktu lama untuk membentuk dan membangun reputasi untuk keunggulan layanan. Seringkali investasi yang signifikan dalam berbagai produk, kegiatan ditujukan untuk memuaskan pelanggan. Kepuasan konsumen memang bukan sebuah keuntungan yang besar, Kepuasan konsumen merupakan indikator keberhasilan bisnis, mengukur tren respons pelanggan terhadap bisnis di masa depan. Capaian penjualan adalah metrik keberhasilan historis. Metric kepuasan hanya berbicara masa lalu bukan masa depan.

Kualitas layanan yang baik dapat ditingkatkan dengan berbagai cara. Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016), meningkatkan kualitas sebuah produk dari awal tidak mudah, banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan kualitas antara lain: Faktor penentu kualitas pelayanan diberikan dengan sebaik mungkin, karena pelayanan yang baik merupakan kunci untuk meraih nilai dari sudut pandang konsumen. Mengelola harapan yang dikirimkan Jika ingin memiliki reputasi yang tinggi perusahaan harus menepati apa yang diiklankan dengan kesesuaian harapan awal konsumen. Membuktikan kualitas pelayanan,

pembuktian dilakukan untuk memperoleh data pelayanan dengan kualitas tinggi secara konkret. Melakukan edukasi pelayanan, memahami pelayanan dengan program yang telah tersusun menjadikan konsumen menikmati pelayanan tanpa adanya kekecewaan. Melakukan kontrol mutu, adanya kontrol yang terus menerus dan teratur menyebabkan stabilnya kualitas pelayanan. Membuat kualitas otomatis dengan cara mengatasi masalah dengan memilih bahan yang dari awal sudah terjaga kualitasnya. Memiliki layanan tindak lanjut pelayanan, lanjutan digunakan untuk memperbaiki aspek layanan yang kurang. Serta mengembangkan sistem kualitas layanan. Sistem yang disusun sistematis mengintegrasikan berbagai hasil serta mengumpulkan dan memperluas jangkauan penyampaian informasi kualitas layanan. Dapat menimbulkan pengambilan nilai kepuasan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka, pengumpulan data, pemahaman data, dan tampilan hasil (Arikunto, 2006). Jenis penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif, jenis penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas pelayanan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Borzo Delivery.

Subjek penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman barang yang disediakan oleh aplikasi online Borzo Delivery di kota Surabaya layanan pengiriman barang Borzo Delivery berpartisipasi dalam survei berdasarkan usia, jenis kelamin, dan lokasi pengguna layanan pengiriman barang dagangan melalui aplikasi online Borzo Delivery

Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, atau hal – hal dengan karakteristik tertentu. Populasi juga berarti kumpulan semua ukuran, benda dan orang yang diteliti. Dalam pengertian lain, populasi adalah jumlah subjek yang menunjukkan sifat atau kualitas tertentu yang dipelajari dan digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan. Sampel dalam penelitian ini adalah jasa pengiriman Borzo Delivery. Jumlah sampel yang akan dijadikan pada penelitian ini yaitu 110 pelanggan aktif Borzo Delivery di Surabaya Barat yang meliputi kecamatan Wiyung, kecamatan Lakarsantri, dan kecamatan Karang Pilang per Desember 2021.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan cluster sampling. Menurut Sugishirono (2017) adalah teknik sampling regional yang digunakan untuk memeriksa suatu objek atau menentukan sampel ketika sumber datanya sangat besar, seperti negara, negara bagian, atau distrik.

Sampel klaster yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan demografi tempat tinggal (alamat). Yakni kecamatan Wiyung, kecamatan Lakarsantri dan kecamatan Karang Pilang. Metode dalam riset ini menggunakan skala yang telah dikumpulkan. Dalam hal ini peneliti menggunakan variabel X dan variabel Y sebagai alat ukur. Skala pengukur berupa opini, sikap, dan pola pikir.

Skala kualitas pelayanan terdiri dari tiga item aspek kualitas pelayanan. Skala kepuasan pelanggan terdiri dari 4 butir item aspek kepuasan pelanggan.

Tabel 3.2 Skala

No	Jawaban responden	Skala
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1
item Valid dan Gugur pada Skala Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Banyak item	
		Favorabel	Gugur
1	Bukti fisik (penampilan fisik, peralatan, personil)	1, 6, 11	-
2	Keandalan (akurat dan memuaskan)	2, 7, 12	-
3	Empati (memberikan perhatian pada pelanggan dan jam operasi yang sesuai)	3, 8, 13	-
4	Jaminan (menciptakan rasa aman bagi pelanggan)	4, 9, 14	1
5	Daya tanggap (memberi layanan secara tanggap)	5, 10, 15	-
	Jumlah	14	1

Data tersebut menunjukkan adanya beberapa item yang berpengaruh terhadap penilaian kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mencakup lima item yang biasanya disajikan oleh

jasa pengirim. Setiap personil memiliki cakupan yang berbeda-beda dalam melayani konsumen. Dan hal yang masih diragukan adalah jaminan keamanan barang yang diantar oleh jasa tersebut. Keandalan dalam melakukan pekerjaan juga menjadi prioritas penting bagi sebuah jasa kirim.

Tabel 2
Aitem Valid dan Gugur pada Skala Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Banyak Aitem	
		Favorabel	Gugur
1	Minat berkunjung kembali (pemakaian ulang terhadap jasa)	1, 4, 7, 10	-
2	Kesediaan merekomendasi (pelanggan merekomendasikan jasa pada kerabatnya)	2, 5, 8, 11	1
3	Kesesuaian harapan (tingkat kesesuaian yang dirasakan pelanggan)	3, 6, 9, 12	-
	Jumlah	11	1

Adapun kepuasan yang menimbulkan beberapa faktor bahwa jasa Borzo Delivery memiliki konsumen yang merasa puas dalam beberapa kali pelayanan. Biasanya para konsumen memilih berbagi pengalamannya berdasarkan apa yang mereka terima. Diantaranya adalah minat berkunjung kembali, merekomendasikan jasa Borzo Delivery, dan pemenuhan harapan yang direalisasikan dalam kehidupan.

Sebagai uji tambahan dilakukannya uji hipotesis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Karena nilai f empiris = 1250.116 > f tabel 5 % (1,39) dan > f tabel 1% (1,59), maka hasil uji regresi nilai r empiris = 0,920, > sedangkan pengaruh variabel X terhadap Y adalah hipotesis yang sama terbukti 92%. Oleh karena itu, uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun uji linier bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X dan Y berhubungan linier. Dua variabel dikatakan berhubungan linier, dan satu variabel dapat mempengaruhi kualitas pelayanan jika $< 0 F$ empirik = 1250.116 > F – tabel 5 % (1,39) dan > F – tabel 1% (1,59) terbukti. Variabel kepuasan pelanggan memiliki hubungan linier.

PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan pihak Borzo Delivery sangatlah berpotensi adanya penggunaan ulang jasa Borzo Delivery. konsumen sangat nyaman dan merasa diuntungkan jika jasa pengiriman barang mereka sampai dengan dengan selamat sampai tujuan tanpa adanya kendala. Kekurangan hanya terletak pada tiap personil, dikarenakan faktor kepribadian yang berbeda-beda. Hal ini ditemukan dengan tidak diterapkannya SOP yang sudah ditentukan oleh pihak Borzo Delivery. Namun dari kekurangan ini tidak dipungkiri ada kelebihan yang lebih menonjol antara lain pengiriman barang yang lebih cepat, jaminan barang yang diantar, tampilan dari personil yang mengantarkan barang, serta daya tanggap yang menjadikan konsumen menjadi pelanggan yang setia.

Rasa puas pelanggan merupakan faktor utama bagi industri untuk memperhatikan bisnisnya dan mengalahkan pesaingnya di antara perusahaan sejenis. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan menjadi perhatian yang berkembang, karena tujuan bisnis pada dasarnya adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi domain yang muncul maka semakin menguntungkan bagi pihak industri. Namun, jika kepuasan pelanggan rendah, mereka dapat beralih ke layanan pengiriman lain.

PENUTUP DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas jasa pengiriman Borzo Delivery terhadap kepuasan pelanggan menggunakan SPSS ver pengolahan data. 22 untuk Windows. Karena nilai f empiris = 1250.116 > f tabel 5% (1,39) dan > f tabel 1% (1.59%), maka hasil uji regresi nilai r empiris = 0.920, > sedangkan pengaruh variabel X terhadap Y sama dengan hipotesis terbukti 92%. Oleh karena itu, uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Lalu berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. bagi Perusahaan Borzo Delivery
 - a. Mitra kurir Borzo Delivery menggunakan atribut di tempat kerja untuk memberi tahu pelanggan bahwa mereka adalah mitra kurir Borzo Delivery dengan mengenakan ransel, tas kotak, dan jaket biru.
 - b. Layanan Borzo Delivery di aplikasi kini lebih akurat , cepat dan lebih memuaskan untuk meningkatkan kehandalan data.

- c. Operator layanan pengiriman Borzo Delivery dengan cepat menyelesaikan keluhan pelanggan kami menjanjikan rasa aman yang memenuhi kebutuhan pelanggan kami
- d. Borzo Delivery memahami keluhan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kedepannya peneliti akan lebih mendalami mengenai harga pengiriman Borzo Delivery, promosi harga pengiriman untuk pelanggan Borzo Delivery , sistem gaji mitra pengiriman Borzo Delivery, dan variabel lain dari penelitian ini dan layanan pengiriman lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad & Kartir,A.(2021).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*

Pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Bima. Jurnal Bina Manajemen

September 2021 Vol. 10 No.1.

Arikunto.(2006).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi (Cetakan II)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Deni,P.,S.(2019) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos*

Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam. Journal of Management Science

(JMAS) Volume 2 No 4.October 2019.

Ghozali,Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM. SPSS)*. Edisi

8. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.

Januar,E. P., & Ai Lili.Y.(2016).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*

*Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.*Jurnal Manajemen Volume 11.No 2,

September 2016.

Kevin,C., Steven,H., Kelvin, P.H,& Andre,F.(2019).*Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi*

Terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram dan Rem Tromol Motor Honda Matic

pada PT. Mega Anugerah Mandiri Medan. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Prima

Indonesia Volume 8.No. 1 Januari – Juni 2019.

- Khairina AR,& Nada,J.(2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumwe)*. Jurnal Visioner & Strategis, Volume 9, Nomor 1.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing management, (The Millenium Edition)*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Parasuraman,A.,V.A.Zeithaml,and L.L.Berry (1985). “A *Conceptual Model Service Quality and Its Implications for Future Research*”,*Journal of Marketing*,Vol.49,Fall,pp.41-50.
- Lupiyoadi,R. (2013).*Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ririn,M.H.,Dr.Fitriani,H.,S.Pd.,ME,Armansyah Lubis,S.E.,M.M.(2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan Tapanuli Selatan*.Jurnal Institut Pendidikan Tapanuli Selatan Volume 4.No,3 Agustus 2021.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2010).*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,kualitatif,dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2012).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Titaniya.P.,Lucky,F.T.,Olivia,F.C.,Walangitan.(2021).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu*. Jurnal Productivity, Vol. 2 No. 5, 2021.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2016.*Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono,.F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono,.F. (2005).*Brand Management and Strategy*.Penerbit : Andi.