

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Poris Indah**

**Anisa Tantiana Handany<sup>1</sup>, Karnida Retta Ginting<sup>2</sup>**

**Politeknik STIA LAN Jakarta<sup>1,2</sup>**

[anisa.tantiana@stialan.ac.id](mailto:anisa.tantiana@stialan.ac.id)<sup>1</sup>, [retta.ginting@stialan.ac.id](mailto:retta.ginting@stialan.ac.id)<sup>2</sup>

### ***Abstract***

*This study aims to determine whether service quality and facilities significantly affect merchant satisfaction simultaneously. This study employs a quantitative research method with a population of 145 respondents, using the Slovin formula for sample selection, and employing both probability and non-probability sampling techniques in this study, the data was analyzed using SPSS 25 to obtain the multiple regression equation. The results of this study indicate that service quality and facilities simultaneously have a significant impact on the satisfaction of merchants at Poris Indah Market. The partial effects can be stated as follows: The service quality variable does not have a partial and significant effect on the satisfaction of Poris Indah Market traders, while the facilities variable has a partial and significant effect on the satisfaction of Poris Indah Market traders. Additionally, the service quality and facilities variables have a simultaneous and significant effect on the satisfaction of Poris Indah Market traders.*

**Keywords:** *Facilities; Service quality; Traders satisfaction*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pedagang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif populasi 145 responden Pedagang Pasar Poris Indah, menggunakan sampel dengan rumus slovin, dan teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini probability sampling dan non-probability sampling, serta pengolahan data diolah menggunakan program SPSS 25 untuk mendapatkan persamaan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Poris Indah. Adapun pengaruh secara parsial dapat dikemukakan: Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Poris Indah, dan terbukti variabel fasilitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Poris Indah, serta variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Poris Indah.

**Kata Kunci:** Fasilitas; Kepuasan pedagang; Kualitas pelayanan

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif mendorong organisasi, termasuk pengelola pasar tradisional, untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas guna mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam perspektif pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi elemen yang krusial karena berpengaruh terhadap loyalitas dan keberlangsungan usaha. Kepuasan tersebut tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau jasa, tetapi juga oleh pelayanan yang responsif, kemudahan transaksi, serta pengalaman berbelanja yang nyaman (Pantilu et al., 2018; Christono, 2022). Kualitas pelayanan berkontribusi langsung terhadap citra organisasi (Listyawati, 2016) dan persepsi konsumen (Widayat & Purwanto, 2020; Sore et al., 2021). Selain pelayanan, fasilitas fisik juga menjadi determinan penting kepuasan pelanggan. Fasilitas yang memadai seperti kebersihan, keamanan, area parkir, serta lingkungan yang nyaman dapat meningkatkan minat berkunjung dan kepuasan konsumen (Tjiptono, 2019:317). Sebaliknya, fasilitas yang tidak terawat dapat menurunkan kenyamanan serta daya saing pasar (Pantilu et al., 2018).

Perumda Pasar Kota Tangerang sebagai pengelola pasar tradisional memiliki mandat penting dalam memastikan mutu pelayanan dan ketersediaan fasilitas di berbagai pasar, termasuk Pasar Poris Indah. Meskipun memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian lokal (Adolph, 2021), Pasar Poris Indah masih menghadapi berbagai permasalahan seperti lambatnya penanganan keluhan pedagang, rendahnya kualitas kebersihan, serta fasilitas pendukung yang belum optimal. Kondisi tersebut berdampak pada kenyamanan pedagang dan konsumen, serta menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan fluktuasi jumlah pedagang dari tahun 2020 hingga 2024. Pengelolaan pasar yang tidak optimal berpotensi menghambat aktivitas perdagangan, sehingga peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan keberlanjutan operasional pasar. Oleh karena itu, penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Poris Indah” menjadi penting untuk memberikan rekomendasi perbaikan berbasis temuan empiris.

## **KAJIAN LITERATUR**

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan perbandingan antara kinerja layanan yang diterima dan harapan pelanggan (Oliver dalam Muhammad Al Zidane, 2023). Ketika kinerja memenuhi atau melampaui ekspektasi, pelanggan akan merasa puas dan cenderung loyal, melakukan pembelian ulang, serta memberikan rekomendasi positif (Kotler & Keller dalam Apriliani, 2020; Daryanto & Setyobudi, 2014; Susanto & Otoluwa, 2020). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, aspek emosional, dan biaya tambahan (Indrasari, 2019). Empat metode umum pengukurannya meliputi complaint and suggestion system, mystery shopping, customer satisfaction survey, dan lost customer analysis (Kotler dalam Tjiptono, 2005).

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan layanan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, meliputi aspek tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Parasuraman dalam Tjiptono, 2005; Davis & Goetsch, 2013). Pelayanan yang baik berpengaruh pada kepuasan dan persepsi positif terhadap penyedia jasa. Selain itu, fasilitas memiliki peran penting sebagai unsur fisik yang mendukung proses layanan, seperti kondisi bangunan, kelengkapan peralatan, desain interior-eksterior, pencahayaan, dan kebersihan (Kotler dalam Istiqomah & Galih, 2023; Tjiptono, 2019; Pantilu et al., 2018). Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan, citra, dan kepuasan pelanggan.

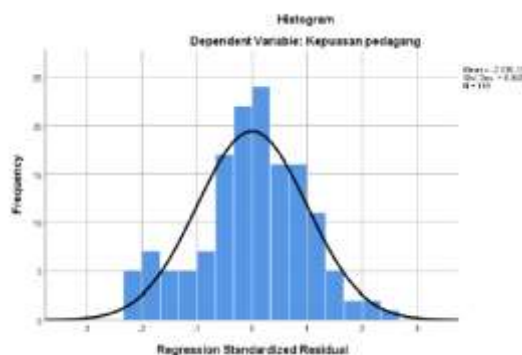
Penelitian terdahulu menunjukkan konsistensi pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Maulidiah et al. (2023) menemukan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan. Penelitian Istiqomah & Wardana (2023) menunjukkan bahwa fasilitas dan citra lembaga meningkatkan kepuasan pedagang di pasar rakyat. Temuan lain menunjukkan bahwa kualitas layanan atau fasilitas secara individual maupun simultan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam berbagai konteks seperti hotel, swalayan, dan layanan jasa (Budiarno et al., 2022; Maryati & Husda, 2020; Sore et al., 2021; Dewi et al., 2023). Secara keseluruhan, literatur menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan dua determinan utama pembentuk kepuasan pelanggan maupun pedagang di sektor perdagangan tradisional.

## **METODE PENELITIAN**

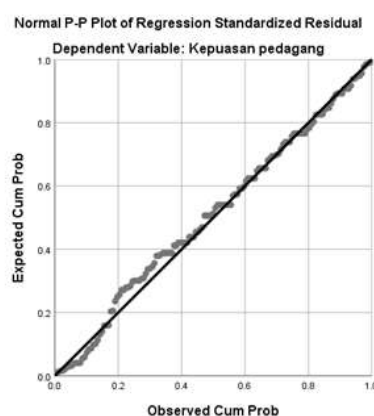
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang di Pasar Poris Indah. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1–5 yang disebarakan kepada 145 responden, ditentukan menggunakan rumus Slovin dari populasi 226 pedagang dan dipilih melalui purposive sampling. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya, dengan seluruh item memenuhi kriteria  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6. Analisis data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji  $t$ , uji  $F$ , serta koefisien determinasi ( $R^2$ ), dengan pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analitis. Uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 ( $>$ 0,05), serta pola histogram dan P–P Plot yang mengikuti distribusi normal, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Histogram  
Sumber: olahan data SPSS 25



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot  
Sumber: olahan data SPSS 25

Uji multikolinearitas memperlihatkan nilai Tolerance 0,598 ( $>$ 0,10) dan VIF 1,672 ( $<$ 10) pada kedua variabel independen, menandakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

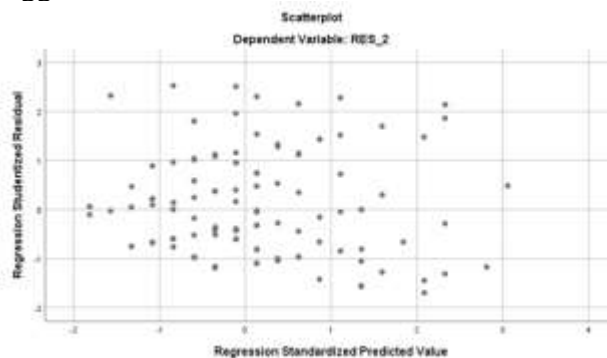
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.702	2.626		3.695	.000		
Kualitas Pelayanan	.092	.053	.140	1.746	.083	.598	1.672
Fasilitas	.325	.045	.575	7.153	.000	.598	1.672

a. Dependent Variable: Kepuasan pedagang

Sumber: olahan data SPSS 25

Uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan pola sebaran acak tanpa bentuk tertentu, sehingga model bebas dari heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: olahan data SPSS 25

Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik, model regresi dinilai valid untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	9.702	2.626		3.695	.000
Kualitas pelayanan	.092	.053	.140	1.746	.083
Fasilitas	.325	.045	.575	7.153	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olahan data SPSS 25

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa fasilitas merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pedagang, dengan nilai koefisien regresi 0,325 dan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), sehingga berpengaruh positif dan signifikan. Sebaliknya, kualitas pelayanan memiliki koefisien 0,092 dengan nilai signifikansi 0,083 ( $>0,05$ ), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang. Nilai konstanta sebesar 9,702 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pedagang tetap berada pada level positif meskipun kedua variabel independen tidak berubah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas fasilitas memberikan kontribusi lebih besar dalam meningkatkan kepuasan pedagang dibandingkan kualitas pelayanan.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 <sup>a</sup>	.452	.444	1.082

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: olahan data SPSS 25

Hasil uji koefisien determinasi memperoleh nilai R Square sebesar 0,452 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas mampu menjelaskan 45,2% variasi kepuasan pedagang, sedangkan 54,8% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Uji t menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang (t hitung 7,153; sig. 0,000), sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan (t hitung 1,746; sig. 0,083). Uji F menunjukkan nilai F hitung 58,576 dengan sig. 0,000, menandakan bahwa model regresi secara simultan signifikan dan kedua variabel independen secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pedagang.

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.702	2.626		3.695	.000
Kualitas Pelayanan	.092	.053	.140	1.746	.083
Fasilitas	.325	.045	.575	7.153	.000

Sumber: olahan data SPSS 25

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang, dengan nilai t hitung sebesar 1,746 dan signifikansi 0,083 yang lebih besar dari 0,05. Kondisi ini menandakan bahwa kualitas pelayanan belum mampu menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan pedagang Pasar Poris Indah. Sebaliknya, variabel fasilitas (X2) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang dengan nilai t hitung sebesar 7,153 dan signifikansi 0,000 (<0,05). Hasil ini mengonfirmasi bahwa fasilitas yang lebih baik dan memadai secara langsung meningkatkan kepuasan pedagang dibandingkan aspek pelayanan. Dengan demikian, secara parsial hanya fasilitas yang terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pedagang, sedangkan kualitas pelayanan tidak.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	137.052	2	68.526	58.576	.000 <sup>b</sup>
Residual	166.120	142	1.170		
Total	303.172	144			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: olahan data SPSS 25

Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan, dengan nilai F hitung sebesar 58,576 yang lebih besar dari F tabel 3,06 dan nilai signifikansi

0,000 ( $<0,05$ ). Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Poris Indah. Meskipun secara parsial hanya fasilitas yang berpengaruh signifikan, hasil simultan menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel tetap berkontribusi dalam menjelaskan variasi kepuasan pedagang. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinilai layak untuk memprediksi tingkat kepuasan pedagang berdasarkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia di pasar.

## PENUTUP

Berdasarkan penelitian di Pasar Poris Indah, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pedagang namun tidak signifikan secara statistik, artinya peningkatan kualitas pelayanan belum cukup kuat meningkatkan kepuasan secara nyata. Sebaliknya, fasilitas pasar seperti kebersihan, penerangan, dan alat kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang. Ketika kualitas pelayanan dan fasilitas digabungkan, keduanya secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan yang nyata terhadap kepuasan pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pelayanan yang cepat dan tanggap serta fasilitas pendukung yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pedagang secara signifikan di pasar tersebut. Penelitian ini merekomendasikan agar kebijakan pasar fokus pada peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama untuk hasil yang optimal.

Pengelola Pasar Poris Indah kedepannya perlu meningkatkan akurasi informasi melalui sistem terpusat seperti papan digital atau grup online, verifikasi data, pelatihan petugas, dan pengumuman rutin kebijakan serta jadwal. Untuk ketersediaan perlengkapan dasar yang baik namun perlu perbaikan, pastikan kondisi layak pakai, bersih, aman, dan tambahkan jumlah jika pedagang merasa kurang. Tingkat kepercayaan pedagang yang tinggi dapat dimaksimalkan dengan menjaga kualitas layanan konsisten pada kebersihan, keamanan, kenyamanan, serta memperkuat komunikasi harmonis antara pengelola dan pedagang. Saran ini selaras dengan Permendagri No. 20 Tahun 2012 yang menekankan pengelolaan pasar tradisional agar tertib, bersih, aman, sehat, dan meningkatkan layanan bagi pedagang.

## DAFTAR PUSTAKA

### Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:

- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. 99, 71–83.
- Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. 19(02), 226–233.



- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Dewi, S. I. N. K., Ganawati, N., & Selamat, I. K. (2023). *The Influence of Service Quality, Facilities, and Price On Customers Satisfaction At Estetica Belle Salon*. 2018, 27–32.
- Dipayanti, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Sedari Kopi dan Teh di Bintaro Kota Tangerang Selatan. *I(4)*, 1590–1599.
- Istiqomah., & Galih, W. W. (2023). Pengaruh E-Retribusi, Fasilitas dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. *Bisnis Dan Manajemen*, 10.
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma*, 3(1), 62–70.
- Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 19–26. <https://doi.org/10.35829/magisma.v1i1.65>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Muhammad Al Zidane, Imam Baidlowi, & Agoes Hadi Purnomo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Dapur Keyra Kec. Puri Kab. Mojokerto. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 121–134. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i5.135>
- Onata, I., & Mukaram. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49>
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *3723 Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
- Sore, A. D., Tripurwanti, I., & Marganingsih, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Indomaret Kabupaten Sintang. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 54–63. <https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1.1159>
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Astra Internasional tbk Honda Cabang Maros. *Jurnal Brand*, 2(1), 141.
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar

Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>

Widyaningrum, B., Roro Suci Nurdianti, R., Ekonomi, P., & Keguruan dan, F. (2022). Teori Manajemen Perubahan Kurt Lewin: Kajian dalam Menghadapi Disrupsi Pendidikan Post-Covid 19. *Jurnal Untidar*, 19 (September), 297–307. <http://jurnal.untidar.ac.id>

Yenni. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (persero) Unit Pelaksanaan Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan.

***Pustaka yang berupa judul buku:***

Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan Ngurah, K., & Sari Eka, M. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Amruddin, Priyanda, R., Agustina Siwi, T., Ariantini Sri, N., Rusmayani Lia Ayu Gusti, N., Aslindar Astarani, D., Ningsih Puspita, K., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In F. Sukmawati, *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Sukoharjo: Pradina Pustaka.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (pp. 1–412). Jakarta: PT Rineka Cipta.

Creswell, J. W., & Creswell, D. (2023). *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles. In SAGE Publications, Inc.: Vol. Sixth Edit (Issue 1, pp. 1–382).

Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen Pelayanan Prima*. (pp. 1–174). Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Davis, S., & Goetsch, D. L. (2013). *Quality Management For Organizational Excellence Pearson New International Edition : Introduction to Total Quality*.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (pp. 1–490). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardani, Auliya HikmatuL, N., Andriani, H., Fardani Asri, R., Ustiawaty, J., Utami Fatma, E., Sukmana Juliana, D., & Istiqomah Rahmatul, R. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. In H. Abadi (Ed.), *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (p. 334). Bandung. ALFABETA.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Service Quality & Satisfaction* (pp. 1–290). Yogyakarta. CV. ANDI. 72

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. In A. Diana, (pp. 1–518). Yogyakarta. CV. ANDI.