

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis)

Dena Susilawati¹, Oyon Saryono², Faizal Haris Eko Prabowo³
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
.....@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis yang dapat dilihat dari adanya penurunan konsumen selama periode September 2020 s.d Januari 2021. Hal tersebut diakibatkan karena belum optimalnya kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis dan Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 4.500 orang konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin, sehingga ukuran sampel yang didapatkan adalah sebanyak 98 orang dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya konsumen yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sedangkan untuk menganalisis data digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, dan uji f. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, dengan besarnya pengaruh 67,73% dan sisanya 32,27% dipengaruhi oleh faktor lain. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, dengan besarnya pengaruh 47,05% dan sisanya 52,95% dipengaruhi oleh faktor lain. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis, dengan besarnya pengaruh 71,40% dan sisanya 28,60% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan Cafe Kopi Djati Ciamis mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas bagi konsumen sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumennya, namun demikian perusahaan perlu lebih memperhatikan tingkat kualitas pelayanan pada indikator *responsiveness* yaitu dengan cara memberikan respon yang lebih cepat saat konsumen melakukan pembelian, fasilitas pada indikator fasilitas yang ditawarkan yaitu dengan cara lebih memperhatikan lagi kebersihan toilet dan kepuasan konsumen pada indikator perasaan puas yaitu dengan memberikan pelayanan yang lebih maksimal agar konsumen lebih merasa puas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Fenomena *coffeshop* akhir-akhir ini sedang populer di Indonesia. *Coffeshop* merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman non alkohol lainnya dan makanan dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat pemutar maupun *live music*. Secara tidak langsung fenomena tersebut tentunya

sangat berpengaruh besar dan menciptakan sebuah persaingan antara para pelaku usaha jasa yang bergerak di bidangnya. Persaingan yang terjadi membuat para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Hal ini dilakukan agar para produsen dapat memastikan bahwa pelanggannya tetap loyal meski terjadi perubahan, karena selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan turut andil di dalamnya

Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, para pelaku usaha berupaya cepat tanggap dalam memahami kebutuhan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan. Masukan tersebut dapat digunakan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang inovatif agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Menciptakan kepuasan bagi pelanggan merupakan salah satu cara agar dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Perhatian terhadap kepuasan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu *profit strategi* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada dan menghindari berpindahnya konsumen. Kualitas pelayanan yang baik sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Menurut Kotler dalam Alma (2007) bahwa ‘Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan perusahaan’. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga sangat penting untuk diperhatikan. Menurut Tjiptono (2001:184) bahwa “Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di promosikan kepada konsumen”. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Fasilitas yang disediakan kepada konsumen dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan besarnya kepuasan konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan

layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Saat ini, banyak tempat usaha kopi (*Coffeshop*) yang saling bersaing memberikan pelayanan dan fasilitas yang maksimal untuk menarik konsumennya. Akan tetapi masih banyak kekurangan pelayanan seperti ketidaksengajaan melakukan kesalahan, keterlambatan pelayanan atau fasilitas yang kurang memadai. Kelebihan dan kekurangan tersebut akan menjadi factor penentu kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya (2011:52) mengungkapkan bahwa “Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2007) bahwa “Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen”.

Menurut Parasuraman, Valerie A. Zeithaml dan Berry, (dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011:198) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu:

1. *Tangible*
2. *Empathy*
3. *Responsiveness*
4. *Reliability*
5. *Assurance*

Fasilitas

Menurut Kotler (2009:45) “Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2008:148) “Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan

eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan”. Indikator variable fasilitas dalam penelitian ini mengacu pada penelitian (Kertajaya, 2003: 44) meliputi:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang digunakan.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
3. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
4. Kelengkapan alat yang digunakan

Kepuasan Konsumen

Nugroho (2015:162) menjelaskan bahwa “Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan”.

Menurut Kotler (2012:46) bahwa “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Menurut Irawan (2008) indikator kepuasan pelanggan ada empat, yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk
Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila gencapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk
Yaitu sesuai atau tidak ya kualitas produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang di inginkan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Menurut Sugiyono

(2017:8) “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Menurut Sugiyono (2015:14) “Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Kopi Djati Ciamis

Kualitas pelayanan merupakan suatu cara pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dan kecepatan penyampainnya untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh beberapa hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pertama hasil koefisien korelasi sederhana yaitu 0,823 yaitu berada diantara 0,800- 1,000. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Kedua hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 67,73%. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 67,73% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 32,27% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Ketiga yaitu hasil perhitungan uji t yaitu menunjukkan hasil $t_{hitung} = 14,19565 > t_{tabel} = 1,66088$. Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang harus disediakan oleh pihak penjual sebelum memberikan layanan kepada konsumen. Menyediakan fasilitas

yang baik menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menciptakan kenyamanan konsumen. Perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk bisa menyediakan fasilitas agar sesuai dengan harapan konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh beberapa hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pertama hasil koefisien korelasi sederhana yaitu 0,686 yaitu berada diantara 0,600- 1,999. Ini menunjukkan bahwa variabel bahwa variabel fasilitas memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen. Kedua hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 47,05%. Artinya fasilitas memiliki pengaruh sebesar 47,05% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 52,95% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Ketiga yaitu hasil perhitungan uji t yaitu menunjukkan hasil menunjukkan $t_{hitung} = 9,23774 > t_{tabel} = 1,66088$. Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas dengan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis

Menurut Nugroho (2015:162) menjelaskan bahwa “Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan”. Kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki peranan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena sebagian konsumen melihat dan menilai kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumennya. Perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menyediakan fasilitas yang nyaman agar sesuai dengan harapan konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh beberapa hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pertama hasil koefisien korelasi berganda yaitu 0,854 yaitu berada diantara 0,800-1,000. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Kedua hasil analisis regresi linier berganda yaitu $y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ atau $y = 0,012 + 0,589 X_1 + 0,274 X_2$. Apabila X_1 bertambah 1 maka nilai y naik sebesar 0,589 begitu pula X_2 bertambah

y naik sebesar 0,274. Ketiga hasil analisis koefisien determinasi yaitu sebesar 71,40%. Artinya kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh sebesar 71,40% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 28,60% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Keempat yaitu hasil perhitungan uji f yaitu menunjukkan hasil $f_{hitung} = 118,59 > f_{tabel} = 3,09$ ini menandakan bahwa hipotesis diterima dan dinyatakan simultan, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan konsumen pada Cafe Kopi Djati Ciamis.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan yang ada, diperoleh simpulan bahwa kualitas pelayanan pada Cafe Kopi Djati Ciamis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 67,73%, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Sejalan dengan hasil tersebut, perusahaan perlu meningkatkan aspek pelayanan yang masih relatif lemah, khususnya pada indikator ketanggapan (*responsiveness*), misalnya dengan memberikan respon yang lebih cepat saat konsumen melakukan pembelian, sehingga kualitas pelayanan dapat semakin optimal.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 47,05%. Artinya, semakin baik fasilitas yang disediakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan kondisi dan fungsi fasilitas yang ada, terutama terkait kebersihan toilet, sehingga konsumen dapat merasakan kenyamanan yang lebih baik saat berkunjung.

Secara simultan kualitas pelayanan dan fasilitas terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 71,40%. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara pelayanan yang berkualitas dan fasilitas yang memadai mampu meningkatkan kepuasan secara signifikan. Dengan demikian, perusahaan perlu melakukan upaya berkelanjutan dalam memperbaiki serta memperbaharui kualitas pelayanan dan fasilitas agar sesuai dengan ekspektasi konsumen, khususnya pada indikator kepuasan terhadap produk dan layanan. Peningkatan ini diharapkan tidak hanya menciptakan kepuasan yang lebih tinggi, tetapi juga mendorong loyalitas konsumen terhadap Cafe Kopi Djati Ciamis.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard Berry. 2009. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research. *Journal Of Marketing* : Volume 49.
- A. R, Syamsudin dan Vismaia S. Damaianti. 2009 *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung : Sekolah Pascasarjana UPI dan PT Remaja Rosdakarya.
- Aditya, Tjiptono. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 2011:23.
- Alma, Buchory. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Arvianto , B. R. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap*. *Jurnal Gema Wisata*, 129-136.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Buchory, Achmad Herry & Saladin Djsalim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Bandung : Linda Karya.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Ombak
- Bugin, M. Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 3. Jakarta : Kencana Prenda Media Group
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Faris L. Lumentut. I. D. Palandeng. 2014. *Fasilitas, Servicescape, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal EMBA*, 126-136.
- Handoko. 2009. *Manajemen Cetakan Duapuluh*. Yogyakarta : BPEE.
- Hasibuan, H. & Malayu, S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- _____. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- _____. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jogiyanto Hartono. 2012. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi kedelapan. Yogyakarta : BPFE
- Kertayaja, Hermawan, 2003, *Hermawan Kertajaya on Service*. Jakarta : Mizan Pustaka.

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Prehallindo.*
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Diterjemahkan oleh benyamin Molan. Jakarta : Indeks*
- Kotler, Philip; Armstrong Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.*
- Kotler dan Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.*
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: PT.Indeks.*
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.*
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga*
- Lupiyoadi, Rambat, dan HAmDani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Selemba Empat.*
- Moha, S. S. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan. Jurnal EMBA, 575-584.*
- Munawir. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan. Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis, 204-215.*
- Nugroho, Sarwo. 2015. *Manajemen Warna dan Desain. Yogyakarta: CV Andi Offset.*
- Nirwana. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa. Malang: Dioma*
- Robbins, S. & Coulter, M. 2012. *Management. Eleventh edition. Prentice Hall. New Jersey.*
Tersedia : [http://leadingandfollowing.com/documents/OCAQParticipantManual.p df. \[19 Oktober 201\]](http://leadingandfollowing.com/documents/OCAQParticipantManual.pdf).
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.*
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei. Jakarta : PT Pustaka LP3ES Indonesia.*
- Sri Wilujengn SP. 2007. *Pengantar Manajemen. Edisi Pertam., Yogyakarta : Graha Ilmu.*
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis, , Jakarta : PT. Gramedia.*
- _____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- _____. 2011. *Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.*
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.*

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

_____. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Supranto dan Limakrisn, N. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Tauha, M. N. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen*. Pada Jurnal Ilmiah Maksitek, 1-12.

Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : ANDI

_____. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPF.

_____. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset

_____. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

_____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

_____. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi Offset.

_____. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta : Andi

_____. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta. Andi Offset

Tjiptono & Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ketiga Yogyakarta : ANDI

_____. 2015. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ke-4. Yogyakarta : Andi

Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Jakarta : PT. Indeks

Wirjana. 2007. *Mencapai Manajemen Berkualitas*. Jakarta : Andi.

Zaenudin, A. T. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas*. Open Journal System, 486-497.