Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service terhadap Kepuasan Pelanggan

Kurnia Dzikiryanto. S*, Mochammad Rochim

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*kurnia.dzikir1@gmail.com mochammad.rochim@unisba.ac.id.com

Abstract. A customer service must quickly understand customer desires and are required to be able to communicate in clear and easy to understand language. Good, satisfying and maximum service provided by Customer Service greatly affects the satisfaction of the customer concerned. The purpose of this study was to determine the relationship between service quality and customer satisfaction of PT. Indosat Ooredoo in Bandung City. The method used in this research is a survey, this type of research includes correlational research. The population in this study is Indosat Ooredoo customers in Bandung. The sampling technique used was probability sampling with a simple random technique. The research sample was 400 respondents. Data collection techniques using a questionnaire/questionnaire, interviews and documentation. Data analysis technique using simple linear regression. The results showed that there was a relationship between the physical appearance of employees and customer satisfaction of PT. Indosat Oredoo in Bandung, there is a relationship between the ability to be empathetic employees with customer satisfaction PT. Indosat Oredoo in Bandung, there is a relationship between the ability to provide services with customer satisfaction PT. Indosat Oredoo in Bandung, there is a relationship between the ability of employees to respond to customers with customer satisfaction PT. Indosat Oredoo in Bandung, there is a relationship between the ability of employees to grow trust with customer satisfaction PT. Indosat Oredoo in Bandung City.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Service*.

Abstrak. Seorang customer service harus cepat memahami keinginan pelanggan dan dituntut dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Pelayanan yang baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh Customer Service sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang bersangkutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. Indosat Ooredoo di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, jenis penelitian ini termasuk penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan probability sampling dengan teknik simple random. Sampel penelitian sebanyak 385 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket/kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukan terdapat hubungan antara penampilan fisik karyawan dengan kepuasan pelanggan PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung, terdapat hubungan antara kemmapuan bersikap empati karyawan dengan kepuasan pelanggan PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung, terdapat hubungan antara kemampuan memberikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung, terdapat hubungan antara kemampuan karyawan merespon pelanggan dengan kepuasan pelanggan PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung, terdapat hubungan antara kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan dengan kepuasan pelanggan PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Customer Service*.

Corresponding Author
Email: mochammad.rochim@unisba.ac.id.com

A. Pendahuluan

Pelayanan dalam usaha penyedia layanan jasa merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan untuk menghadapi persaingan. Perusahaan jasa yang ingin bertahan hidup dan berkembang harus mampu memberikan kualitas layanan jasa demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Banyak harapan dari pelaku usaha yang paling primer adalah konsumen yang banyak dan nama baik perusahaan juga sangat didambakan oleh para pelaku usaha. Setiap pelaku usaha juga menginginkan setiap karyawannya memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya (Yuliana dan Rochim, 2017).

Menurut Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Semakin banyaknya penyedia jasa telekomunikasi pada saat ini, dapat menimbulkan persaingan ketat yang dapat membuat beralihnya pelanggan dari satu provider ke provider lainnya. Tingkat *churn rate* provider yang ada di Indonesia akan mengalami kenaikan, apabila perusahaan tidak bisa bersaing dengan kompetitornya.

Data lain juga menunjukan beberapa keluhan sejumlah pelanggan Indosat, bahwasanya banyak konsumen yang mengeluh karena beberapa faktor diantaranya dapat dilihat di tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan
1	Kualitas koneksi
2	Sistem *billing*
3	Tidak bisa mengakses layanan
4	Sistem penanganan keluhan respnnya lama dan tidak ada penyelesaian terutama di media sosialnya Indosat
5	Promo yang menyesatkan
6	*Call center* yang tidak bisa dihubungi
7	Tidak ada sosialisasi ke pelanggan ketika ada perubahan layanan
8	SMS promo yang mengganggu
9	Pulsa terpotong tanpa sepengetahuan konsumen
10	Harga paket Indosat *unlimited* naik tapi tetap tidak *unlimited*
11	Pemblokiran nomor tanpa konfirmasi sebelumnya

Pelayanan yang baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *Customer Service* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang bersangkutan. Menurut Sunyoto (2013: 35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller dalam Damayanti (2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara penampilan fisik karyawan bagian *customer service* dengan kepuasan pelanggan pada PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kemampuan bersikap empati karyawan bagian *customer service* dengan kepuasan pelanggan pada PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kemampuan karyawan bagian *customer service* memberikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara kemampuan karyawan bagian *customer service* merespon pelanggan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung.

5. Untuk mengetahui pengaruh antara kemampuan karyawan bagian *customer service* menumbuhkan kepercayaan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Indosat Oredoo di Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indosat Ooredo Kota Bandung sebanyak 64.000 pelanggan. Teknik sampling menggunakan simple random sampling diperoleh sampel sebanyak 398 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Untuk mengkategorikan bagaimana gambaran mengenai kualitas pelayanan, maka penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut:

Nilai Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden
= 1 x 11 x 385
= 4235

Nilai Maksimum =Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden
= 5 x 11 x 385
= 21175

Interval =Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum
= 21175 – 4235
= 16940

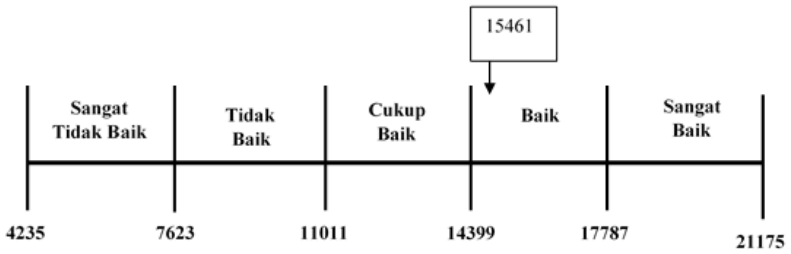
Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)
= 16940 : 5
= 3388

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Interval	Kategori
4235-7623	Sangat Tidak Baik
7623-11011	Tidak Baik
11011-14399	Cukup Baik
14399-17787	Baik
17787-21175	Sangat Baik

Tabel 3. Skor Dimensi

No	Dimensi	Skor
1	Bukti Fisik (X_1)	2946
2	Sikap Empati (X_2)	3076
3	Keandalam (X_3)	3761
4	Daya Tanggap (X_4)	2899
5	Jaminan (X_5)	2779
Total		15461



Gambar 1. garis kontinum

Berdasarkan garis kontinum tersebut maka dapat diketahui kualitas pelayanan *customer service* Indosat Ooredoo dinilai baik oleh pelanggannya, hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah pada dimensi daya tanggap yang dinilai masih kurang oleh pelanggan karena menghasilkan skor paling rendah.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk mengkategorikan bagaimana gambaran mengenai kepuasan pelanggan, maka penulis membuat pengkategorian dalam garis interval sebagai berikut:

Nilai Minimum = Skor Minimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden
= 1 x 10 x 385
= 3850

Nilai Maksimum =Skor Maksimum x Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden
= 5 x 10 x 385
= 19250

Interval =Nilai Indeks Maksimum – Nilai Indeks Minimum
= 19250 - 3850
= 15400

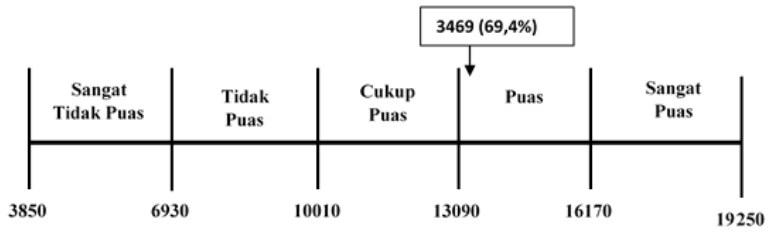
Jarak Interval = Interval : Jenjang (5)
= 15400 : 5
= 3080

Tabel 4. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Interval	Kategori
3850 – 6930	Sangat Tidak Baik
6930 – 10010	Tidak Baik
10010 – 13090	Cukup Baik
13090 – 16170	Baik
16170 - 19250	Sangat Baik

Tabel 5. Skor Dimensi

No	Dimensi	Skor
1	Kesesuaian Kinerja (Y_1)	6639
2	Harapan (Y_2)	7095



Gambar 2. garis kontinum

Berdasarkan garis kontinum tersebut maka dapat diketahui kepuasan pelanggan Indosat Ooredoo dinilai puas, hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah pada dimensi kesesuaian kinerja yang dinilai masih kurang oleh pelanggan karena menghasilkan skor paling rendah.

Analisis Inferensial

Pengaruh penampilan fisik karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Koefisien Korelasi X_1 Terhadap Y

Correlations

		Bukti Fisik	Kepuasan Pelanggan
Bukti Fisik	Pearson Correlation	1	.661**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,661. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,661 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dengan rumus:

$t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $= 0{,}661\sqrt{\frac{385-2}{1-(0{,}661)^2}} = 17{,}284$

Nilai t-hitung sebesar 17,284 > t-tabel (1,962) artinya penampilan fisik karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KD $= r^2 \times 100\%$

$= 0{,}661^2 \times 100\%$

$= 0{,}437 = 43{,}7\%$

Nilai koefisien determinasi sebesar 43,7% artinya penampilan fisik karyawan memberi kontribusi sebesar 43,7% terhadap perubahan kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.

Pengaruh kemampuan bersikap empati terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4

Table 7. Koefisien Korelasi X_2 Terhadap Y

Correlations

		Sikap Empati	Kepuasan Pelanggan
Sikap Empati	Pearson Correlation	1	.653**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,663. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,663 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $= 0{,}653\sqrt{\frac{385-2}{1-(0{,}653)^2}} = 16{,}918$

Nilai t-hitung sebesar 16,918 > t-tabel (1,962) artinya sikap empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KD = r^2 x 100%
= $0{,}653^2$x 100%
= 0,426 = 42,6%

Nilai koefisien determinasi sebesar 42,6% artinya sikap empati karyawan memberi kontribusi sebesar 42,6% terhadap perubahan kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.

Pengaruh kemampuan karyawan memberikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 8. Koefisien Korelasi X_3 Terhadap Y

Correlations

		Keandalan	Kepuasan Pelanggan
Keandalan	Pearson Correlation	1	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,811. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,811 termasuk pada kategori hubungan yang kuat. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $= 0{,}811\sqrt{\frac{385-2}{1-(0{,}811)^2}} = 27{,}200$

Nilai t-hitung sebesar 27,200 > t-tabel (1,962) artinya kemampuan karyawan memberikan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KD = r^2 x 100%
= $0{,}811^2$x 100%
= 0,658 = 65,8%

Nilai koefisien determinasi sebesar 65,8% artinya kemampuan karyawan memberikan pelayanan memberi kontribusi sebesar 65,8% terhadap perubahan kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.

Pengaruh kemampuan karyawan merespon pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 9. Koefisien Korelasi X_4 Terhadap Y

Correlations

		Daya Tanggap	Kepuasan Pelanggan
Daya Tanggap	Pearson Correlation	1	.551**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.551**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,551. Berdasarkan pedoman interpretasi Guildford, korelasi 0,551 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $= 0{,}551\sqrt{\frac{385-2}{1-(0{,}551)^2}} = 12{,}955$

Nilai t-hitung sebesar 12,955 > t-tabel (1,962) artinya kemampuan karyawan merespon karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KD = r^2 x 100%
= $0{,}551^2$x 100%
= 0,304 = 30,4%

Nilai koefisien determinasi sebesar 30,4% artinya kemampuan karyawan merespon karyawan memberi kontribusi sebesar 30,4% terhadap perubahan kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.

Pengaruh kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 10. Koefisien Korelasi X_5 Terhadap Y

Correlations

		Jaminan	Kepuasan Pelanggan
Jaminan	Pearson Correlation	1	.562**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,562. Berdasarkan pedoman interpretasi *Guildford*, korelasi 0,562 termasuk pada kategori hubungan yang sedang. Dengan rumus $t = rs\sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $= 0{,}562\sqrt{\frac{385-2}{1-(0{,}562)^2}} = 13{,}332$

Nilai t-hitung sebesar 13,332 > t-tabel (1,962) artinya kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KD = r^2 x 100%
= $0{,}562^2$x 100%
= 0,316 = 31,6%

Nilai koefisien determinasi sebesar 31,6% artinya kemampuan karyawan merespon pelanggan memberi kontribusi sebesar 31,6% terhadap perubahan kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penampilan fisik karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.
2. Sikap empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.
3. Kemampuan karyawan memberikan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.
4. Kemampuan karyawan merespon pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.
5. Kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indosat Ooredo Kota Bandung.

Suatu perusahaan yang menginginkan agar perusahaannya dapat beroperasi secara terus

menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Jika pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan kegiatan pembelian ulang atau merekomondasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut dikemudian hari serta pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*), bukti fisik (*tangibles*).

Kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan prasyarat dari kepercayaan pelanggan. Kepuasan adalah fondasi dari kepercayan pelanggan dengan kualitas jasa sebagai kunci didalamnya. Pelanggan yang puas tidaklah cukup, harus terdapat pelanggan yang sangat puas. Hal ini dikarenakan kepuasan dapat mengarah kepada kepercayaan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas maupun merasa senang akan lebih mungkin percaya kepada satu perusahaan, melakukan pembelian ulang kepada satu perusahaan, dan menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan, karena kualitas pelayanan yang baik dapat membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan diperkuat dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2004:198) yang menyatakan bahwa jika kualitas lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka pelanggan tersebut tidak puas atau kecewa.

Hasil penelitian ini didukung olehpenelitian yang dilakukan oleh Reza Dima Sigit (2017) yang hasilnya menunjukan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Iskandar (2017) dan Panjaitan (2016) juga menghasilkan penelitian yang sama yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Acknowledge

Alhamdulillahirrabbil'alaamiin, tiada kata yang bisa peneliti ucapkan selain puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa memberi hidayah pada setiap hamba-nya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bantuan dari beberapa pihak, baik secara moril maupun materil. Ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya peneliti sampaikan kepada :

1. Yang terhormat Bapak Dr.Septiawan Sanata Kurnia, Drs, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
2. Yang terhormat Ibu Dede Lilis Ch, S.sos,. Msi., Selaku Ketua Bidang Kajian Manajemen Komunikasi, yang telah mengijinkan dan memberi persetujuan dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini.
3. Yang terhormat Bapak M. Rochim S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen Pembimbing. Terimakasih atas araham, kesabaran, bimbingan, serta bantuan yang di berikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Yang terhormat Ibu Dede Lilis Ch, S.sos,. Msi., Selaku wali dosen penulis yang selalu memberikan arahan dan nasihat kepada penulis dalam proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi beserta staf karyawan Universitas Islam Bandung, terimakasih atas jasa yang di berikan sangat berarti bagi penulis dalam perkembangan perkuliahan atas segala doa yang tulus serta dukungan yang selalu di berikan, juga terimakasih atas segala fasilitas yang telah di berikan selama ini sehingga dapan membantu penulis dalam menyesaikan pendidikan, perkuliahan dan juga penulisan skripsi ini.
6. Yang tercinta Irma Wahyuningsi Selaku kakak penulis yang selalu meberikan dukungan kepada penulis.
7. Terimakasih untuk para sepupu yang selalu menyemangati dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Seluruh teman teman Fakultas ilmu Komunikasi yang tak bisa penulis sebut satu persatu.

Tanpa penulis sadari kalian telah memberikan bantuan yang cukup berarti selama kits berinteraksi di kampus.

9. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Damayanti, Erna Nia., Udung Noor Rosyad. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Ojek *Online* Grab Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Grabbike. Prosding Manajemen Komunikasi. Vol.4, No.2.

[2] Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

[3] Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi Offset

[4] Yuliana dan M. Rochim. 2017. Kajian Hubungan antara Kualitas Pelayanan Yellow Truck Coffee dengan Kepuasan Konsumen. Prosding Manajemen Komunikasi. Vol.3, No.1,

[5] Anbiya, Nida Nur. Aning Sofyan. (2021) *Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen.* Jurnal Riset Manajemen Komunikasi. 1 (2). 130-137