

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI KUTA MANDALIKA

Oleh

Melisa Ayuningsih¹, I Wayan Nuada² & Erri Supriyadi³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : ¹ melisaayuningsih29@gmail.com, ² iwayannuada@gmail.com &

³ errisupriyadi@gmail.com

Article History:

Received: 07-06-2024

Revised: 09-06-2024

Accepted: 13-06-2024

Keywords:

*Pengaruh, Kualitas
Pelayanan, Kepuasan
Pengunjung.*

Abstrak: Penelitian ini mendeskripsikan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Pantai Kuta Mandalika, tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Pantai Kuta Mandalika. Metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Penarikan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan kuantitatif dengan pengukuran skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di objek wisata pantai Kuta Mandalika memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut berdasarkan pada hasil Uji T dengan nilai t hitung variabel X sebesar $10.884 >$ dari nilai t tabel yaitu 1.984 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 <$ dari 0.05. Berdasarkan pada uji determinasi didapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 54,7%. Artinya variabel X memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y sedangkan sisanya sebesar 45.3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata pantai Kuta Mandalika sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peranan penting sebagai salah satu sumber bagi penerimaan devisa negara, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara. Indonesia memiliki keberagaman pariwisata yang tersebar diberbagai penjuru daerah salah satunya berada di Nusa Tenggara Barat. Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah daerah yang pertama kali menerima sertifikat pariwisata halal pada tahun 2015. Hal ini menjadi perhatian penting bagi pemerintah daerah mengenai bagaimana mengelola sektor pariwisata dengan baik hingga dapat memicu kedatangan pengunjung.

Dari sekian banyak destinasi wisata yang dimiliki oleh NTB, salah satu yang menjadi sorotan publik dan memiliki jumlah kunjungan yang paling tinggi adalah objek wisata Pantai Kuta Mandalika yang berada di Lombok Tengah. Kementerian Pariwisata menyatakan bahwa Pantai

Kuta Mandalika memiliki kemajuan yang signifikan dibandingkan dengan destinasi wisata prioritas lainnya. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar pengunjung datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang disediakan. Untuk dapat menarik kepuasan pengunjung, pengelola harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menciptakan suatu kepuasan. Secara umum industri jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan manufaktur, karena pada industri jasa produk yang dihasilkan tidak berwujud secara fisik. Hal inilah yang menyebabkan pengunjung seringkali kesulitan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas sehingga ukuran kualitas sering mengacu pada persepsi pengunjung itu sendiri. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pengunjung (Tjiptono, 2015:157). Kualitas pelayanan ini memiliki banyak dimensi diantaranya adalah bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kesan kualitas pelayanan yang diterima oleh pengunjung akan mempengaruhi perilaku pengunjung yang datang. Semakin memuaskan kualitas pelayanan yang diterima pengunjung maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan.

Kepuasan pengunjung merupakan tingkat perasaan yang di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Kotler & Keller, 2010:211). Dengan kata lain, pengunjung akan merasa puas apabila harapan mereka mengenai kinerja suatu produk/jasa sesuai dengan yang diinginkan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan tercapai, dengan kata lain kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif maupun negatif terhadap kepuasan pengunjung tergantung bagaimana cara penerapannya. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di objek wisata Pantai Kuta Mandalika, peneliti menemukan beberapa faktor permasalahan mengenai kualitas pelayanan, yang pertama faktor lingkungan hal ini dapat dilihat dari aspek pengelolaan parkir yang masih belum teratur. Kedua faktor kegiatan ekonomi yang dapat dilihat dari adanya keluhan (komplain) beberapa pengunjung tentang tata cara penawaran barang yang dilakukan secara agresif oleh pedagang sekitar, sehingga hal ini menyebabkan terganggunya aktifitas liburan pengunjung (Khalik, 2014:40). Kesalahan yang dilakukan para pedagang ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman, pembinaan, serta pelatihan tentang tata cara memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung. Beberapa keluhan lainnya juga dapat dilihat dari berita media massa yang menjelaskan bahwa perlu dilakukannya pelatihan dan pemetaan area zona pedagang untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Pantai Kuta Mandalika?

METODE PENELITIAN

Lokasi yang menjadi sasaran penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah di Objek Wisata Pantai Kuta Mandalika Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Alasan peneliti mengambil lokasi ini karena permasalahan yang diteliti lebih menonjol terjadi di pantai Kuta Mandalika yang berlokasi di Desa Kuta. Adapun Variabel bebas atau variabel independent dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X). Sedangkan variabel terkait atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung (Y).

Populasi Menurut Agusty (2006), populasi adalah gabungan dari semua elemen yang memiliki karakteristik yang sama dan memiliki daya tarik bagi seorang peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang pernah berkunjung di objek wisata Pantai Kuta

Mandalika. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang bersifat representative (Sugiyono, 2019:127). Sampel dari penelitian ini adalah semua pengunjung yang pernah berkunjung ke pantai Kuta Mandalika setidaknya 1 kali. Pada penelitian dengan besar ukuran populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka dalam penentuan sampel jika populasinya besar menurut Rao Purba dalam Sujarweni (2015) digunakan rumus:

$$n = \frac{z^2}{4 + (moe)^2}$$

Rumus:

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = nilai Z dengan tingkat keyakinan 95% maka nilai Z = 1,96 (tabel distribusi normal)

moe =margin of error atau kesalahan maksimum adalah 10%

Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas), uji regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu item pernyataan dalam kuesioner. Adapun rumus untuk mencari r-tabel yaitu n-2, dalam penelitian isi jumlah n yang peneliti gunakan yaitu 100-2=98. Jadi r-tabel dapat dilihat pada urutan ke 98.

a) Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X1	0.623	0.196	Valid
	X2	0.652		Valid
	X3	0.704		Valid
	X4	0.740		Valid
	X5	0.716		Valid
	X6	0.697		Valid
	X7	0.872		Valid
	X8	0.875		Valid
	X9	0.867		Valid
	X10	0.711		Valid
	X11	0.855		Valid
	X12	0.802		Valid
	X13	0.889		Valid
	X14	0.895		Valid
	X15	0.827		Valid
	X16	0.820		Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS For Windows Versi 25

b) Variabel Kepuasan Pengunjung

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1	0.775	0.196	Valid
	Y2	0.744		Valid
	Y3	0.740		Valid
	Y4	0.761		Valid
	Y5	0.617		Valid
	Y6	0.724		Valid
	Y7	0.657		Valid
	Y8	0.709		Valid
	Y9	0.709		Valid

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS For Windows Versi 20*

Berdasarkan Tabel 4.2 dan 4.3 dapat dilihat bahwa koefisien validitas r hitung > r tabel sehingga hasil uji validitas dapat dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan.

2) Uji Reliabilitas

Item pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka pernyataan dinyatakan reliabel

Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka pernyataan tidak reliabel

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	Item Pernyataan	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Batas	Status
Kualitas Pelayanan (X)	X1	0.949	0.60	Reliabel
	X2	0.946		Reliabel
	X3	0.945		Reliabel
	X4	0.945		Reliabel
	X5	0.943		Reliabel
	X6	0.947		Reliabel
	X7	0.947		Reliabel
	X8	0.944		Reliabel
	X9	0.943		Reliabel
	X10	0.946		Reliabel
	X11	0.944		Reliabel
	X12	0.944		Reliabel
	X13	0.944		Reliabel
	X14	0.943		Reliabel
	X15	0.944		Reliabel
	X16	0.943		Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS for Windows Versi 25*

Variabel	Item Pernyataan	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Batas	Status
Kepuasan	Y1	0.944		Reliabel

Pengunjung (Y)	Y2	0.944	0.60	Reliabel
	Y3	0.944		Reliabel
	Y4	0.945		Reliabel
	Y5	0.945		Reliabel
	Y6	0.945		Reliabel
	Y7	0.946		Reliabel
	Y8	0.944		Reliabel
	Y9	0.946		Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan baik dari variabel X maupun Variabel Y dinyatakan reliabel dan telah memenuhi standar kelayakan untuk selanjutnya diaplikasikan atau disebarkan kepada seluruh responden.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dalam uji normalitas, yaitu dengan cara analisis grafik dan analisis statistik. Uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4. Uji Kolmogorov Smirnov

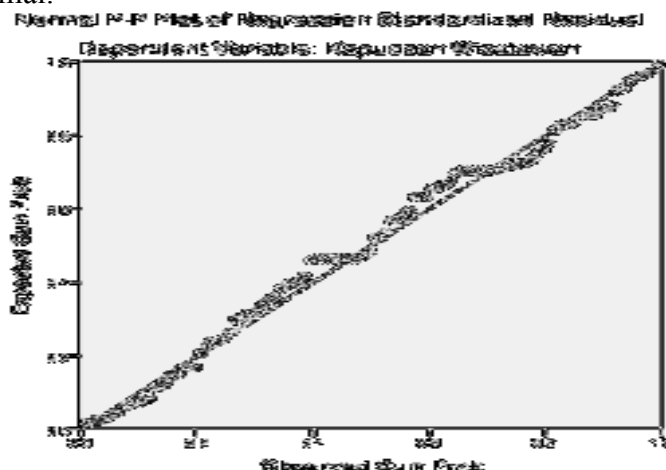
Kolmogorov-Smirnov Z	.085
Asymp. Sig.	.073

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS for Windows Versi 25*

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* ini adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji olah data ini, diketahui bahwa nilai signifikansi $0.073 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan *probability plot* yaitu dengan ketentuan apabila titik titik terlihat mendekati garis diagonal maka distribusi data dianggap normal.



Gambar 1. Grafik Normal P-Plot

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS for Windows Versi 25*

Berdasarkan tampilan pada Gambar 4.5, dapat dilihat data yang tersebar berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran data normal dan telah memenuhi syarat uji normalitas.

2) Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan dalam pengujian model persamaan regresi suatu variabel Y atas variabel X. Uji linearitas digunakan guna pemenuhan syarat analisis regresi yang mengharuskan adanya hubungan fungsional antara X dan Y pada populasi yang linear. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikansi mempunyai pengaruh linear atau tidak.

Pengambilan keputusan pengujian berdasarkan:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear

jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear.

Tabel 5. Uji Linearitas

	Keterangan	F	Sig.
Kepuasan Pengunjung * Kualitas Pelayanan	(Combined)	77.484	.000
	Linearity	123.139	.000
	Deviation from Linearity	1.118	.344

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS for Windows Versi 25*

Dari pengujian tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi $0.344 > 0.05$ atau nilai F hitung $< F$ tabel, maka terdapat hubungan linear yang signifikan antara kualitas produk makanan dengan kepuasan konsumen. Untuk mencari f tabel digunakan rumus

$$df = (k ; n-k-1)$$

keterangan:

k = jumlah variabel independent (bebas)

n = jumlah responden

f tabel = 1 ; (100-1-1)

f tabel = 1 ; 98

f tabel = 3,94

Maka dapat diketahui bahwa F hitung $< F$ tabel ($1,11 < 3,95$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain, seperti yang terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS for Windows Versi 25*

Berdasarkan Gambar 4.6, dapat dilihat bahwa bulatan yang ada pada gambar menyebar secara acak atau tidak membentuk pola teratur, penyebarannya dapat dilihat dengan adanya bulatan yang berada di atas dan bawah angka 0. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.516	2.533		2.967	.004
	Kualitas Pelayanan	.447	.041	.740	10.884	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS for Windows Versi 25*

Dari hasil uji pada tabel 4.7 menunjukkan hasil yang diperoleh nilai konstan (a) sebesar 7.516, sedangkan nilai kualitas pelayanan (B) sebesar 0,447 atau 44,7%. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 7.516 + 0.447X$$

Dapat diterjemahkan nilai konstanta sebesar 7.516 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 7.516. Konstanta bernilai positif 7.516 artinya jika skor variabel kualitas pelayanan dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka skor kepuasan pengunjung akan semakin berkurang. Koefisien regresi X sebesar 44,7% menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan pengunjung bertambah sebesar 44,7%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

e. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel independent terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil uji analisis regresi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.547	.543	4.137
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung				

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS For Windows Versi 25*

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa besarnya nilai regresi atau pengaruh yang dilambangkan dengan R sebesar 0,740 yang artinya 70,4%. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,547 atau 54,7% yang artinya besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 54,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata kuta mandalika. Peneliti menggunakan aplikasi *SPSS For Windows Versi 25* untuk melakukan pengujian analisis data. Pada penelitian ini digunakan tiga karakteristik responden yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan, berdasarkan hasil olah data di dapatkan data bahwa responden wanita lebih dominan daripada responden laki-laki, dengan rentan usia yang paling banyak yaitu kisaran 17-25 tahun.

Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden di usia tersebut sering atau aktif dalam kegiatan berlibur karena pada usia-usia inilah banyak anak-anak muda tertarik untuk berlibur ke tempat-tempat yang sedang viral untuk sekedar menghabiskan hari libur. Untuk responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini lebih dominan di jawab oleh pengunjung lulusan S1 sehingga dapat dikatakan bahwa jawaban dari setiap responden diisi secara teliti berdasarkan pengalaman yang dirasakan.

Adapun hasil olah yang didapat yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung hal ini dapat dilihat dari hasil uji T dan uji R, uji T yaitu dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar $10.884 > 1.984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan untuk hasil uji R^2 , nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,547 atau 54,7% yang artinya besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 54,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y), yang artinya H1 diterima. Besarnya pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 54,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini sebesar 45,3%.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

a. Bagi Pengelola Objek Wisata

Diharapkan agar untuk kedepannya semua pengelola objek wisata dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan saat ini baik berupa fisik maupun jasa di objek wisata pantai Kuta Mandalika, dengan cara lebih sering untuk melakukan penertipaan pedangan di sekitar area pantai dan menertibkan lokasi parkir kendaraan pengunjung agar lebih menjaga kenyamanan pengunjung pada saat berwisata.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel-variabel yang belum peneliti cantumkan seperti kualitas produk, harga, biaya dan kemudahan. Sehingga objek wisata Pantai Kuta Mandalika benar-benar dapat melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan terhadap kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A., Morissan M. dkk. 2017. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- [2] Adhikarini. 2003. Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Serba Usaha Makmur Lestari Surakarta. (Skripsi). UNS.
- [3] Adisaputro, Gunawan. 2010. Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- [4] Agusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro
- [5] Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [6] Branti, Istariyani. 2002. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen. FE: UMS.
- [7] Deny, S., & Rony, I.S. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor). Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 3 (1), 93-107.
- [8] Dermawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [9] Hartono, Bambang. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rineka Cipta.
- [10] Kotler, P. dan Keller, K. L. (2010). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga,.
- [11] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13 jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- [12] Lovelock, C. 2011. Services Marketing: People, Technology. Strategy: Pearson Education: India.
- [13] Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- [14] Nila, S.Y. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan). (Skripsi). UIN Sumatra Utara, Medan.