

KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DI KOPI KENANGAN CABANG RS. MAYAPADA LEBAK BULUS JAKARTA SELATAN

Subarto¹, Erlita Kurniawaty²

¹⁻²Program Studi Manajemen, FEB, Universitas Pamulang

e-mail: ¹subarto@unpam.ac.id; ²erlitakurniawaty@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan diadakan penelitian ini untuk menganalisis adakah kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) pada Kopi Kenangan cabang Rs. Mayapada Lebak Bulus baik secara sebagian dan keseluruhan.

Adapun metode Penelitian yang dipilih adalah deskriptif kuantitatif dan yang dijadikan populasi adalah konsumen yang mengkonsumsi kopi kenangan dengan jumlah populasi sebanyak 11.922 orang di tahun 2020 dan sampel dengan total 99 responden dengan tehnik pengambilan sampel secara insidental. Sumber data primer dari penyebaran angket/kuesioner dan uji data yang dipakai adalah analisis instrument, analisis pengaruh, analisis hubungan, analisis regresi dan determinasi.

Didapatkan hasil kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan dan produk secara Sebagian dan keseluruhan dengan hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,395 > 1,984$) dan ($7,359 > 1,984$) dan nilai sig kurang dari 0,05 nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($46,833 > 3,09$). Untuk uji hubungan didapatkan hasil tingkat hubungan yang kuat (0,703) dan uji determinasi menunjukkan hasil bahwa variable kualitas pelayanan dan produk berkontribusi kepada kepuasan pelanggan sebesar 49,4% dan 50,6% ada variabel lainnya.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze whether there is customer satisfaction in terms of service quality (X_1) and product quality (X_2) at Kopi Kenangan branch of Rs. Mayapada Lebak Bulus both in part and in whole.

The research method chosen is descriptive quantitative and the population used is consumers who consume memory coffee with a total population of 11,922 people in 2020 and a total sample of 99 respondents with incidental sampling techniques. Sources of primary data from the distribution of questionnaires/questionnaires and test data used are instrument analysis, influence analysis, relationship analysis, regression analysis and determination.

It was found that consumer satisfaction was influenced by the service and product quality variables partially and completely with the result that the t-count value was greater than t-table ($3.395 > 1.984$) and ($7.359 > 1.984$) and the sig value was less than 0.05, the Fcount was greater than F. table ($46.833 > 3.09$). For the relationship test, the results showed a strong relationship level (0.703) and the determination test showed that the service and product quality variables contributed 49.4% to customer satisfaction and 50.6% there were other variables.

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Masalah yang ditemukan di Kopi Kenangan Cabang RS Mayapada Lebak Bulus adalah dari hasil survey pada karyawan Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus, peneliti memperoleh data jumlah pembeli pada data penjualan Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus selama 2 tahun yaitu tahun 2019 – 2020. Berdasarkan fenomena yang ditemukan di tempat penelitian terlihat jelas terjadi jumlah pembelian yang menurun dari tahun 2019 sampai tahun 2020 karena dinilai oleh pembeli kualitas produk dan kualitas pelayanannya yang tidak sesuai dengan harapan pembeli seperti dalam segi kualitas pelayanan : pelayanan yang terlalu lama melebihi standar SOP perusahaan yaitu 5 menit membuat pelanggan harus menunggu lama, kurang ramahnya kasir dalam menjelaskan produk dan promo, kasir yang kurang cermat dan teliti dalam melakukan transaksi, peralatan servis yang kurang memadai membuat pelayanan kurang maksimal,. Dalam segi kualitas produk : konsistensi cita rasa yang berbeda tidak seperti *Coffe Shop* pesaing yang memiliki konsistensi cita rasa yang sama, dan kurang kreatifnya karyawan dalam meracik tampilan kopi yang disajikan dan kemasan yang dapat menarik konsumen seperti pada produk pesaing ada penulisan nama dan kata-kata digelas kopi mengakibatkan pelanggan kurang puas.

Disamping itu pada tahun 2019 jumlah keluhan mencapai 340 dan di tahun 2020 mencapai 357 keluhan, dapat dilihat dari angka keluhan mengalami kenaikan dari tahun 2019, seperti pelayanan yang terlalu lama, dalam menjelaskan produk/program kurang teliti, serta konsistensi cita rasa yang berbeda, Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus ini mengalami kenaikan keluhan pada tahun 2020, dan sudah berusaha meminimalisir komplain dengan cara memperbaiki dari sisi layanan dan produknya agar dapat mencapai kepuasan pelanggan. Hal tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus. Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan merupakan unsur penting dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Dilihat dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa pelayanan Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus masih belum sesuai dengan standar yang berlaku sehingga tidak tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tidak sesuai standar ini mungkin bisa diakibatkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pelatihan terhadap karyawan, kurangnya kepekaan terhadap kondisi konsumen, serta fasilitas yang kurang memadai padahal lokasi *Coffee Shop* Kopi Kenangan ini cukup strategis tepat di depan pintu masuk Rs Mayapada dan ada beberapa perkantoran. Dari kejadian tersebut menyebabkan pelanggan dari *Coffee Shop* tersebut terdiri dari dua kriteria yaitu *switcher* yang merupakan pengunjung yang sedang menjenguk, baik orang tua ataupun anak muda yang ada di sekitar Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus yang baru pertama kali datang ketempat ini merasa tidak puas membeli kopi ini.

KAJIAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

‘Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

B. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan karakter dari suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi baik kebutuhan maupun keinginan, menurut Kotler dan Armstrong (2015:253).

C. Kepuasan Pelanggan

Tjiptono & Diana (2015:23) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap permasalahan yang ingin diteliti dan diuraikan dalam bentuk kalimat pertanyaan, Sugiyono (2017:99). Berikut ini hipotesis penelitian ini:

H₀ : diduga kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berkontribusi secara serempak kepada kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Cabang RS Mayapada Lebak Bulus

H_a: diduga kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki kontribusi secara serempak kepada kepuasan pelanggan Kopi Kenangan Cabang RS Mayapada Lebak Bulus

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif yang merupakan skema penelitian yang dirancang sebagai upaya menyampaikan prediksi yang terstruktur mengenai data ilmiah yang sumbernya dari subjek/objek penelitian.

B. Sifat Penelitian

Deskriptif eksplanatory dengan tujuan untuk mengkaji keterkaitan antar variabel dari fenomena yang ada.

C. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang sudah membeli Kopi kenangan di cabang RS Mayapada Lebak Bulus dengan sampel sebanyak 99 Responden memakai rumus slovin.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan datanya menggunakan pra survey, observasi menyebarkan angket dan dokumentasi dari perusahaan.

E. Uji validitas dan Reliabilitas Instrumen

Diperoleh hasil diatas nilai r tabel 0,1975 serta diperkuat hasil signifikansi semua instrument dibawah 0,05 sehingga disimpulkan seluruh butir pertanyaan sudah valid dan dapat dipakai untuk penelitian. Begitupun untuk angket digunakan untuk menentukan apakah instrument angket bisa dipakai berulang kali sebagai alat ukur yang diyakini kebenarannya. Cara uji reliabilitas yang banyak dipakai adalah Cronbach's alpha dengan nilai diatas 0,6 sehingga dinyatakan konsisten.

F. Uji-Asumsi Klasik

Pemakaian model uji regresi harus memiliki syarat bebas dari asumsi-asumsi klasik dan yang banyak dipakai dalam suatu penelitian adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterkasdisitas.

G. Model Analisis Data Penelitian

Penelitian memakai model analisis regresi linier berganda untuk melihat dampak variabel dependen pada variabel independent, berikut ini persamaannya: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$. Sedangkan untuk alat uji hipotesis yang dipakai untuk pengujian apakah uji diterima atau ditolak diantaranya tes parsial, tes simultan, tes korelasi dan tes determinasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Penelitian

4. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus.

Variabel Kualitas Pelayanan terdapat 5 indikator diantaranya empati, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan keandalan. Berdasarkan hasil yang telah dianalisis oleh Penulis terhadap hasil kuesioner yang dibagikan kepada 99 responden dan terdapat 13 pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan yang diberikan perusahaan, hasilnya adalah yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 15%, Setuju (S) 41%, kurang Setuju (KS) 31%, Tidak Setuju (TS) 11% dan Sangat Tidak Setuju (STS) 2% dengan acuan nilai maksimum 100%.

Dari perolehan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitaslayanan pada kopi kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus berdasarkan jawaban responden dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,59 dikategorikan baik.

Berdasarkan uji validitas perhitungan dari r_{hitung} dengan r_{tabel} dapat disimpulkan, maka r_{hitung} (0,475) lebih besar r_{tabel} (0,1975) dengan ketentuan $\sigma = 5\%$ berarti varian butir pernyataan ke-1 variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat dinyatakan valid dan seperti itu seterusnya cara pengujian varian untuk butir ke-2 sampai ke-13. Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka item kuesioner *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu 0,614 dengan ketentuan $\alpha 5\%$. Maka varian butir variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan Reliabel.

Berdasarkan regresi linier sederhana yang diperoleh adalah $Y = 15,536 + 0,518X$, dengan konstanta sebesar 15.536. Menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan bernilai 0 maka kepuasan memiliki nilai 15,536. Variabel kualitas pelayanan sebesar 0,518 menggambarkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah searah, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi bahwa dari nilai $sig < 0,05$ yaitu 0,000, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan nilai korelasi yang didapat adalah $r = 0,456$ tergolong kedalam interval tingkat hubungan sedang antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan nilai hasil uji t adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar $3,395 > 1,984$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

5. Variabel Kualitas Produk (X2) pada Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus.

Variabel Kualitas Produk terdapat 8 indikator diantaranya kinerja, fitur/ciri-ciri tambahan, reliabilitas, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, pelayanan, dan kualitas yang di persepsikan. Berdasarkan hasil yang telah dianalisis oleh Penulis

terhadap hasil kuesioner yang dibagikan kepada 99 responden dan terdapat 16 pernyataan mengenai Kualitas Produk yang diterima masyarakat, hasilnya adalah yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 13%, Setuju (S) 37%, Kurang Setuju (KS) 37%, Tidak Setuju (TS) 12 % dan Sangat Tidak Setuju (STS) 1% dengan acuan nilai maksimum 100%.

Berdasarkan data hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk pada kopi kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus yang di peroleh dari jawaban responden dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,46 dikategorikan baik.

Berdasarkan uji validitas perhitungan dari r_{hitung} dengan r_{tabel} dapat disimpulkan maka $r_{hitung} (0,479) > r_{tabel} (0,1975)$ dengan ketentuan $\sigma = 5\%$ berarti varian butir pernyataan ke-1 variabel Kualitas Produk (X2) dapat dinyatakan valid dan seperti itu seterusnya cara pengujian varian untuk butir ke-2 sampai ke-16.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka item kuesioner *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu 0,774 dengan ketentuan $\alpha 5\%$. Maka varian butir variabel kualitas produk dapat dinyatakan Reliabel.

Berdasarkan regresi linier sederhana yang diperoleh adalah $Y = 9,090 + 0,545X$, dengan konstanta sebesar 9,090. Menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan bernilai 0 maka kepuasan memiliki nilai 9,090. Variabel kualitas pelayanan sebesar 0,545 menggambarkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah searah, yang artinya kualitas produk berpengaruh **positif** terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi bahwa dari nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu 0,000, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas Produk (X2) berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan nilai korelasi yang didapat adalah $r = 0,658$ tergolong kedalam interval tingkat hubungan kuat antara kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan nilai hasil uji t adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar $7,359 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus.

Variabel Kepuasan Pelanggan terdapat 5 indikator diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, kemudahan. Berdasarkan hasil yang telah dianalisis oleh Penulis terhadap hasil kuesioner yang dibagikan kepada 99 responden dan terdapat 11 pernyataan mengenai Kepuasan Pelanggan, hasilnya adalah yang menjawab Sangat Setuju (SS) sebesar 16%, Setuju (S) 39%, Kurang Setuju (KS) 34%, Tidak Setuju (TS) 10% dan Sangat Tidak Setuju (STS) 1% dengan acuan nilai maksimum 100%.

Berdasarkan data hasil jawaban responden tentang Kepuasan Pelanggan di atas dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan kopi kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus berdasarkan jawaban responden dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,57 dikategorikan baik.

Berdasarkan uji validitas perhitungan dari r_{hitung} dengan r_{tabel} dapat disimpulkan, maka $r_{hitung} (0,576) > r_{tabel} (0,1975)$ dengan ketentuan $\sigma = 5\%$ berarti varian butir pernyataan ke-1 variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dinyatakan valid dan seperti itu seterusnya cara pengujian varian untuk butir ke-2 sampai ke-11.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka item kuesioner *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu 0,789 dengan ketentuan $\alpha 5\%$. Maka varian butir variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan Reliabel. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi bahwa dari nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu 0,000, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), dan kualitas produk (X2) berkorelasi terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan nilai korelasi yang didapat adalah $r = 0,703$ tergolong kedalam interval tingkat hubungan kuat antara kualitas pelayanan (X1), dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan persamaan yang dihasilkan melalui analisis regresi linier berganda interpretasi yang dihasilkan adalah $Y = - 0,586 + 0,298X1 + 0,471X2$, hasil analisis regresi ini menunjukkan koefisien dari variabel X1 dan X2 bertanda positif, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan semakin rendah pula kepuasan pelanggannya. Konstanta negative umumnya terjadi jika ada rentang yang cukup jauh antara X1, X2, dan Y, seperti X1 dan X2 memiliki nilai rentang 1 – 8, sedangkan Y memiliki nilai rentang 100 – 200. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel anova menunjukkan nilai $F_{\text{hitung}} (46,833) > F_{\text{tabel}} (3,09)$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Kopi Kenangan cabang Rs Mayapada Lebak Bulus.

KESIMPULAN

Hasil yang dapat dijabarkan berdasarkan analisis penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan berkontribusi positif signifikan pada kepuasan pelanggan Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus.
2. Kualitas produk berkontribusi positif signifikan pada kepuasan pelanggan Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berkontribusi secara bersamaan pada kepuasan pelanggan Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus.

SARAN

1. Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak bulus harus melakukan percakapan dengan sikap yang empati kepada pelanggan.
2. Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus harus lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan *packaging* seperti memberikan *packaging* dalam bentuk termos tumbler, gelas tumbler, dan sebagainya supaya lebih rapih, simple dan unik.
3. Kopi Kenangan cabang RS Mayapada Lebak Bulus cepat tanggap dalam memberikan solusi atas keluhan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Algifari, (2017). *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi*. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Arianto, N., & Muhfany, A. A. (2021). *Kepuasan Masyarakat Di Tinjau Dari Kualitas Pelayanan Yang Ada Pada Kantor Desa Citayam*. Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, 9(1), 50-59.

- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Disrupsi Bisnis, 4(2), 98-107.
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir)*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(2), 254-268.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanapi, A., & Arianto, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Cv Rj Depok*. JURNAL ILMIAH SWARA MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen), 1(01), 97-112.
- Kotler, dan Armstrong. (2015). *Principles of Marketing Fifteenth Edition*.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: P Pearson Prentice Hall, Inc.
- Manap, H. Abdul (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Priansa dan Hasan. (2017). *Strategi Pemasaran, Marketing, dan Kasus- Kasus Pilihan*. Buku I, Cetakan Kedua. Penerbit CAPS : Yogyakarta.
- Snggih Santoso, (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sudjana, (2016). *Metode Statiska*. Bandung: PT. Tarsido Bandung.
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Faroh, Nurul, Wahyu dan Ariyati, Ariyati. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Dwi Daya Citratama Cargo*. Jurnal Universitas Pamulang. 2(1).
- Rahayu, Suharni dan Setyawarti, Sarah. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pln Tegal Kota*. Jurnal Universitas Pamulang. 2(1).
- Haryoko, Ugeng, Budi dan Dina, Rahma. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Donatur pada Yayasan Yatim Indonesia cabang Graha Raya Bintaro*. Jurnal Universitas Pamulang. 2(3).
- Lesmana, Rosa dan Ayu, Dara, Suci. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Technology and Inovation*. Jurnal Universitas Pamulang. 2(3).
- Martoyo, Anang dan Mahardika, Fajar. (2020). *Pengaruh Promosi dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tiga Serangkai Internasional cabang Bandung*. Jurnal Universitas Pamulang. 3(2).