

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi PT.ABC di Jakarta Selatan

Risa Afifah^{1*}, Agus Sudigdo²

STIE Unisadhuguna, Jakarta, Indonesia^{1*}

Universitas Ipwija, Jakarta, Indonesia²

Email: risaafifah.alstar36@gmail.com¹, agus.sudigdo@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi di PT. ABC, Jakarta Selatan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah asuransi, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah asuransi. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu kualitas layanan dan kualitas produk dan satu variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan membagikan kuesioner kepada 78 nasabah PT. ABC yang telah menggunakan asuransi sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus sloven. Metode analisis data menggunakan analisis kuantitatif yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F dan uji R². Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dalam penelitian tersebut valid dan dapat diandalkan. Dalam uji asumsi klasik, data didistribusikan secara normal, tidak ada heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Dalam pengujian hipotesis pada uji t, diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji F, diketahui bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Pada uji R², diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 58,2% sedangkan sisanya 41,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan dan kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study, entitled The Effect of Service Quality and Product Quality on Insurance Customer Satisfaction at PT. ABC, South Jakarta, aims to determine the effect of service quality on insurance customer satisfaction, product quality on insurance customer satisfaction. This study uses two independent variables, namely service quality and product quality and one dependent variable, namely customer satisfaction. The data in this study were collected by distributing questionnaires to 78 PT. ABC customers who already used insurance as the research sample. The sampling technique used the slovin formula. The data analysis method uses quantitative analysis, namely validity test, reliability test, classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing consisting of t test, F test and R² test. Based on data analysis, the results of the study indicate that the indicators in the study are valid and reliable. In the classical assumption test, the data is normally distributed, there is no heteroscedasticity and multicollinearity. In testing the hypothesis in the t test, it is known that the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction, the product quality variable also has a significant effect on customer satisfaction. In the F test, it is known that service quality and product quality have an effect on customer satisfaction. In the R² test, it is known that the magnitude of the influence of service quality and product quality on customer satisfaction is 58.2% while the remaining 41.8% is influenced by other factors outside the service quality and product quality variables.

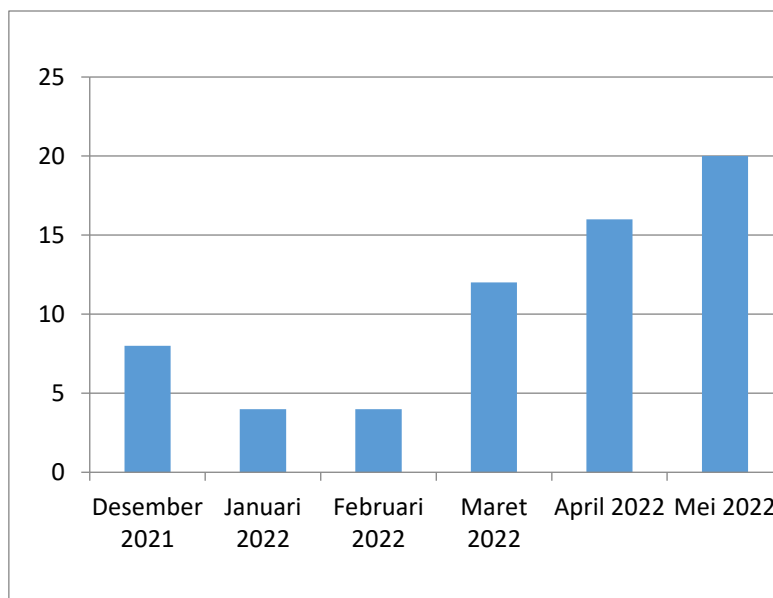
Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Asuransi merupakan sarana untuk menghadapi berbagai risiko yang terjadi baik pada individu maupun di dunia bisnis. Individu selalu berusaha menghindari segala bentuk kerugian yang dapat menimpanya. Maslow berpendapat bahwa mereka yang merasa tidak aman membutuhkan keamanan dan stabilitas, dan akan melakukan yang terbaik untuk menghindari hal-hal asing dan hal-hal yang tidak perlu. Seperti dalam industri jasa lain, asuransi yang beroperasi atas dasar kepercayaan juga harus menunjukkan kinerja, reputasi, dan layanan yang lebih baik. Oleh karena itu, industri asuransi, seperti industri jasa lainnya, harus berorientasi pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas merupakan salah satu landasan kelangsungan hidup dan perkembangan industri asuransi tersebut.

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. PT. ABC merupakan salah satu anak perusahaan dari ABC Grup yang telah mendapatkan izin usaha asuransi dari Otoritas Jasa Keuangan pada 16 Desember 2016 dan mulai beroperasi pada 1 Februari 2017. PT. ABC adalah anak usaha dari PT. ABC Internasional dan PT. Tunas Andalan Pratama. Selama perkembangannya, PT. ABC mengalami peningkatan komplain terhadap kepuasan nasabah sejak 3 bulan terakhir, dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Mei 2022.

Berikut grafik peningkatan komplain nasabah selama 3 bulan terakhir:



Gambar 1. Peningkatan Komplain Nasabah

LANDASAN TEORI

Pelayanan (customer service) secara umum adalah seluruh kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan agar dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah segala usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani berarti membantu menyelesaikan (melakukan) apa yang diperlukan seseorang.

Pengukuran atas pelayanan yang diberikan, apakah sudah sesuai dengan keinginan pelanggan atau belum, dikenal sebagai kualitas pelayanan (Aswad et al., 2018:79). Hamzah & Purwati (2019:57) menyatakan bahwa kualitas ini melibatkan sejumlah konsep dalam pengukuran

tingkat seberapa sempurna produk, baik berupa jasa atau barang, yang sesuai dengan standar desain dan kualitas tertentu.

Kualitas produk diartikan sebagai penentu utama rasa puas yang dirasakan pelanggan dan dikenal sebagai pengukuran dasar dalam pertimbangan pelanggan melakukan pembelian dan penggunaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:37), kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melakukan fungsinya, yang mencakup daya tahan, keandalan, dan ketelitian produk yang diperoleh dengan cara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan mempengaruhi performansi kita atau perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Guilian adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan antara tingkat manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.

Gery (2018) menyatakan bahwa kepuasan nasabah dikenal sebagai emosional yang berbunyi suka dan senang atas produk yang digunakan karena sudah sesuai dengan keinginan nasabah tersebut; hal ini tentunya akan secara langsung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan produk yang dirasakan nasabah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. ABC Jakarta Selatan sebanyak 350 orang/nasabah dalam 1 minggu kerja. Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dengan batas kesalahan 10%, sebagai berikut:

$n = N/(1+N e^2)$ atau $n = 350 / (1 + 350(0,01)) = 350/ 4,5 = 77,7$ dan di ambil jumlah sampel sebanyak 78 orang. Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode – metode antara lain sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

b. Metode Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2008: 66). Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, daftar pertanyaannya dibuat secara terstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*) dan pertanyaan terbuka (*open questions*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi desain interior dari responden.

HASIL & PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Butir Soal	Rhitung	Rtabel	Status
1.	0,540	0,219	Valid
2.	0,404	0,219	Valid
3.	0,289	0,219	Valid
4.	0,523	0,219	Valid
5.	0,518	0,219	Valid
6.	0,299	0,219	Valid
7.	0,556	0,219	Valid

Sumber: Hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan nilai rhitung lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sudah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Butir Soal	Rhitung	Rtabel	Status
1.	0,642	0,219	Valid
2.	0,266	0,219	Valid
3.	0,422	0,219	Valid
4.	0,467	0,219	Valid
5	0,475	0,219	Valid
6	0,657	0,219	Valid
7	0,355	0,219	Valid
8	0,426	0,219	Valid

Sumbe: Hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas variabel Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) sudah valid.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Butir Soal	Rhitung	Rtabel	Status
1.	0,508	0,219	Valid
2.	0,317	0,219	Valid
3.	0,387	0,219	Valid
4	0,635	0,219	Valid
5	0,607	0,219	Valid
6	0,247	0,219	Valid
7	0,407	0,219	Valid
8	0,318	0,219	Valid

Sumbe: Hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas variabel Kepuasan Nasabah (Y) menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Kepuasan Nasabah (Y) sudah valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 5. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	7

Sumber: Hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, untuk uji reabilitas variable Kualitas Pelayanan (X1) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,605 sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah Reliable dengan kriteria tinggi.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Tabel 6. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.662	8

Sumber: Hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, untuk uji reliabilitas variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,662, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel Kualitas Produk (X2) adalah reliabel dengan kriteria tinggi.

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 7. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	8

Sumber: Hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, untuk uji reliabilitas variabel Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,648, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah reliabel dengan kriteria tinggi.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72368009
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.062
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil perhitungan data spss versi 22

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi di atas 0,05, yaitu sebesar 0,200. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.412	2.650		2.420	.018		
kualitas pelayanan	.614	.113	.548	5.416	.000	.544	1.838
kualitas produk	.272	.099	.277	2.741	.008	.544	1.838

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Nilai VIF Kualitas Pelayanan adalah $1,838 < 10$ dan nilai toleransi $0,544 > 0,1$. Nilai VIF Kualitas Produk adalah $1,838 < 10$ dan nilai toleransi $0,544 > 0,1$. Berdasarkan tabel Koefisien di atas pada kolom Collinearity Statistics, nilai VIF kedua variabel independen berada di bawah 10 dan nilai toleransinya di atas 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.120	1.469		-.082	.935
kualitas pelayanan	-.002	.063	-.005	-.034	.973
kualitas produk	.048	.055	.135	.871	.387

a. Dependent Variable: Abs

Nilai signifikansi Kualitas Pelayanan adalah $0,973 > 0,05$. Nilai signifikansi atribut Kualitas Produk adalah $0,387 > 0,05$. Berdasarkan nilai signifikansi kedua variabel independen, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

UJI REGRESI ANALISIS BERGANDA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.412	2.650		2.420	.018
kualitas pelayanan	.614	.113	.548	5.416	.000
kualitas produk	.272	.099	.277	2.741	.008

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,412 + 0,614(X_1) + 0,272(X_2)$$

di mana:

- Konstanta sebesar 6,412 menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai konstanta Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebesar 6,412 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang diberikan akan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.
- Kualitas Pelayanan sebesar 0,614 menunjukkan besarnya koefisien variabel kualitas pelayanan, yang berarti setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,614.
- Kualitas Produk sebesar 0,272 menunjukkan besarnya koefisien variabel kualitas produk, yang berarti setiap peningkatan variabel kualitas produk sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,272.

d. Nilai standar error sebesar 2,650 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 2,650 yang tidak terdeteksi. Hasil regresi linier berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, berpengaruh positif terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Nasabah. Setiap perubahan pada variabel bebas akan diikuti pula oleh perubahan pada variabel terikat. Selain itu, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel Kualitas Pelayanan dengan koefisien sebesar 0,614.

UJI T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.412	2.650		.018
	kualitas pelayanan	.614	.113	.548	.000
	kualitas produk	.272	.099	.277	.008

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

a. Kualitas Pelayanan dari hasil olah data tabel diperoleh nilai t hitung (5,416) > t tabel (1,665) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti H1 diterima dan ada pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah pada PT. ABC Jakarta Selatan.

b. Kualitas Produk dari hasil olah data tabel diperoleh nilai t hitung (2,741) > t tabel (1,665) dengan tingkat signifikansi 0,008 < 0,05 yang berarti H2 diterima dan ada pengaruh positif antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Nasabah pada PT. ABC Jakarta Selatan.

UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.022	2	159.511	52.294	.000 ^b
	Residual	228.773	75	3.050		
	Total	547.795	77			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

Uji F dari hasil olah data tabel diperoleh nilai F tabel untuk df = 3,12. Nilai F hitung (52,294) > F tabel (3,12) pada tingkat signifikansi < 0,05 atau 0,000 < 0,05 yang berarti H3 diterima dan ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.571	1.747

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Uji Koefisien Determinan dilakukan untuk melihat besarnya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. ABC Jakarta Selatan. Dari tabel didapatkan nilai $R = 0,582$, yang berarti menjelaskan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 58,2% dan sisanya sebesar 41,8% dijelaskan oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh PT. ABC Jakarta Selatan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi PT. ABC Jakarta Selatan,” dapat disimpulkan sebagai berikut: Pertama, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara langsung mempengaruhi kepuasan nasabah. Kedua, kualitas produk juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,008, menandakan bahwa kualitas produk turut berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah. Ketiga, baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa keduanya secara bersamaan mempengaruhi kepuasan nasabah secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, A. K., & Khasanah, I. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Tiket Garuda di PT. Falah Fantastic Tour Travel Bogor.
- Azilzah, L. (2021). Peningkatan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan untuk Mencapai Kelangsungan Usaha.
- Delwobroto, W. (2021). Mengenal Fungsi Manajemen Pemasaran dan Strateginya.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23 (edisi 8). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardiyanti, R., & Khasanah, I. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agro Wisata Kebun Teh Pagilaran.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Indriaty, D. R., & Rahardjo, S. T. (2010). Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas terhadap Kepuasan Pasien Studi Kasus pada Puskesmas Gunungpatul Semarang.
- Lelsmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radelkatama Pratama Nusa.
- Lumempow, N. R., Mandely, S., & Rotinsulu, J. J. (2015). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.
- Mardalis. (2008). Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: Bumi Aksara.
- Merlyanti. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Tiki dan J&T di Wilayah Kelapa Gading.
- Murniati, M., & dkk. (2013). Alat-alat Pengujian Hipotesis. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Nathanila, J. (2015). Hubungan antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen Online Shopping.
- Oktaviani, T. (2018). Manajemen Pemasaran Home Industry Minyak Basah Dalam Meningkatkan Penjualan di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.
- Pangestuti, D. (2020). Manajemen yang Berpengaruh pada Pengambilan Keputusan untuk Mencapai Sebuah Tujuan.
- Prilyastama, R. (2017). Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data dan Analisis Data. Yogyakarta: STARTUP.

- Raharja, A. T. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Rangkuti, F. (2002). Mengukur Customer Satisfaction. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ridlian, E. (2016). Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS. Yogyakarta: ANDI.
- Ridwan. (2008). Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis. Bandung: Alfabet.
- Silalahi, S., & Sildanely. (2011). Statistika Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Gramedia.
- Solehah, I. (2020). Usulan Perbaikan Proses Pelayanan Administrasi Kependudukan dan Pencatatan Sipil Menggunakan Metode SERVQUAL dan Six Sigma.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.
- Sujarwono, V. W., & Utami, R. L. (2019). The Master Book Of SPSS. Yogyakarta: STARTUP.
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. Jurnal UNISSULA, No. 17.
- Suryanil, & Helndryadi. (2015). Metode Riset Kuantitatif. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Syillvani, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2000). Manajemen Jasa. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Yusuf, A. (2013). Metodologi Penelitian. Padang: UNP Press.
- Zafirah, Z. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion di Bandar Udara Mutiara Sis Al-Jufri Palu.