

Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan *Customer* Hotel Novotel Jakarta Cikini

Firdaus Suwarta ^{1*}, Samuel Frans Dito ²

^{1,2} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

¹ suwartafirdaus8@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received : 22-05-2024

Revised : 20-07-2024

Accepted : 23-07-2024

Keywords:

Physical Evidence;

Customer Satisfaction;

Hotel Novotel;

ABSTRACT

Physical evidence is one of the important things that can improve customer impressions in the use of services provided. Therefore, in running its business, the Novotel Jakarta Cikini hotel must pay attention to physical evidence so that it is always in good condition, starting from interior, furniture, and facilities available at the hotel. Therefore the impression or perception of guests staying at the hotel will increase and This will later create customer satisfaction from the guest. The purpose of this research is to find out how big the influence of physical evidence on customer satisfaction at Novotel hotels Jakarta Cikini and the method used is a quantitative method with data collection techniques using questionnaires, observation, and literature study. The number of samples in this study was as many as 100 people stayed at the Novotel Jakarta Cikini Hotel. From the results, the calculation of the coefficient of determination (R²) shows the influence of physical evidence on customer satisfaction by 35%. Meanwhile, the calculation results t test obtained a value of $t_{Count} > t_{Table}$, namely $7.270 > 1.660$ with a sig value $0.000 < 0.05$ means H_1 is accepted and H_0 is rejected. It can be concluded that the physical evidence variable has a significant effect on customer satisfaction at the Novotel Jakarta Cikini hotel.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang sangat penting dalam pertumbuhan dan perkembangan negara. Pertumbuhan pesat industri ini telah membuat persaingan semakin ketat di antara pelaku usaha pariwisata, terutama di bidang penyedia akomodasi seperti hotel. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam industri pariwisata, penilaian tamu terhadap pengalaman mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap citra dan reputasi suatu hotel. Oleh karena itu, penting bagi hotel untuk memperhatikan semua aspek pengalaman menginap, baik yang bersifat fisik maupun non-fisik, untuk memastikan kepuasan tamu yang berkelanjutan.

Salah satu hotel yang terus berupaya meningkatkan kepuasan tamu adalah Hotel Novotel Jakarta Cikini. Terletak di jantung ibu kota Jakarta, hotel ini menawarkan beragam fasilitas dan layanan untuk memenuhi kebutuhan tamu dari berbagai segmen, baik bisnis maupun wisata. Namun demikian, seperti halnya kebanyakan bisnis, Hotel Novotel Jakarta Cikini juga menghadapi tantangan terkait kualitas bukti fisik yang diberikan kepada tamu.

Data dan penelitian menunjukkan bahwa terdapat keluhan dan masalah yang berkaitan dengan bukti fisik hotel, termasuk kebersihan, kondisi fasilitas, dan ketersediaan layanan parkir. Meskipun hotel mungkin mendapatkan penilaian yang baik secara keseluruhan, keluhan-keluhan ini menyoroti pentingnya untuk terus memperbaiki dan memelihara standar kualitas yang tinggi dalam semua aspek operasional.

Sebagai tanggapan terhadap masalah ini, manajemen Hotel Novotel Jakarta Cikini harus mengambil langkah-langkah yang tepat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas bukti fisik yang disediakan kepada tamu. Hal ini termasuk peningkatan kebersihan, perawatan fasilitas, dan peningkatan pelayanan parkir. Dengan melakukan ini, hotel dapat memastikan bahwa tamu merasa puas dengan pengalaman menginap mereka dan mungkin bahkan merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Selain itu, penting bagi hotel untuk secara terus-menerus mendengarkan umpan balik dari tamu dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk memperbaiki masalah yang diidentifikasi. Ini bisa dilakukan melalui survei kepuasan tamu, peninjauan situs web perjalanan, atau komunikasi langsung dengan tamu selama menginap. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi tamu, hotel dapat terus meningkatkan pengalaman menginap mereka.

Kualitas bukti fisik yang baik juga dapat meningkatkan daya saing hotel dalam pasar yang semakin kompetitif. Dalam industri pariwisata yang terus berkembang, citra dan reputasi hotel sangat penting untuk menarik dan mempertahankan tamu. Dengan memperbaiki dan memperbarui infrastruktur fisik hotel secara teratur, hotel dapat memastikan bahwa mereka tetap relevan dan menarik bagi wisatawan yang semakin menuntut.

Selain itu, perbaikan bukti fisik juga dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional hotel. Fasilitas yang baik dan terawat dengan baik tidak hanya meningkatkan pengalaman tamu, tetapi juga dapat mengurangi biaya pemeliharaan jangka panjang dan meningkatkan produktivitas karyawan. Di sisi lain, kurangnya perhatian terhadap bukti fisik dapat berdampak negatif pada citra dan reputasi hotel. Keluhan tamu yang tidak ditangani dengan baik atau masalah yang berulang dapat merusak citra hotel dan menyebabkan kerugian finansial dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan tamu di Hotel Novotel Jakarta Cikini adalah langkah yang tepat untuk memahami dinamika ini lebih dalam dan mengidentifikasi area-area di mana perbaikan diperlukan. Dengan demikian, hotel dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman tamu, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang mereka dalam industri pariwisata yang kompetitif.

Bukti Fisik

Menurut Lupiyoadi dalam Silaningsih et al. (2021), bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan. Sedangkan menurut Daryanto dan Farid dalam Apriliani (2017), bukti fisik adalah segala sesuatu yang berupa benda atau fisik yang dapat dibendakan, yang mempunyai peranan mempermudah dalam melancarkan suatu usaha. Bukti fisik juga disebut fasilitas materil, contohnya toilet, TV, AC, CCTV, tempat parkir, meja, peralatan komunikasi elektronik, dan lainnya.

Selain uraian di atas, Alma dalam Sari (2017) mengatakan bahwa bukti fisik merupakan suatu hal yang secara andil mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan dan membeli produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk didalamnya antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

Indikator bukti fisik menurut Zeithaml dan Bitner dalam Iffan et al. (2018) sebagai berikut: (1) Tampilan luar (*exterior appearance*), meliputi desain gedung luar, papan nama luar, lahan parkir, warna atau cat, lingkungan sekitar atau lokasi, dan tampilan eksterior keseluruhan. (2) Tampilan dalam (*interior appearance*), meliputi perabotan, papan nama dalam, pencahayaan interior, tata ruang, pengaturan frontline office, kebersihan, suhu, kualitas udara, dan tampilan interior keseluruhan (3) Wujud lain (*other tangibles*), meliputi situs *website*, pakaian pegawai, surat selebaran, jaringan, *display banners*, dan hadiah untuk pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Amalia et al. (2020) terdapat tiga indikator bukti fisik, yaitu: (1) Keadaan fisik, yaitu keadaan yang berkaitan dengan bangunan dan fasilitas utama yang diperlukan (2) Perlengkapan, yaitu berkaitan dengan fasilitas penunjang yang diberikan untuk mempermudah transaksi (3) Bahan komunikasi, yaitu berkaitan dengan penampilan dan pembawaan karyawan dalam melayani. Sedangkan menurut Tjiptono dalam Mulawardhani (2020) indikator bukti fisik yaitu: (1) Kebersihan dan kenyamanan ruangan, (2) Tempat parkir yang luas dan aman, (3) Fasilitas lengkap, (4) Kerapian petugas pelayanan, (5) Tata letak barang rapih dan mudah ditemui.

Kepuasan Customer

Menurut Tjiptono (2020:19) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan harapannya. Oleh karena itu, kepuasan konsumen ini merupakan tolak ukur tinggi dalam berbagai kebutuhan pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum.

Dikatakan oleh Kotler dalam Haryanto, Sari (2020) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Seperti yang diungkapkan oleh Sunyoto (2019:140) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Hal tersebut karena apabila konsumen puas, ia akan membeli kembali atau memberikan rekomendasi pada calon pelanggan lainnya.

Sedangkan menurut Kotler & Amstrong (2018:39), kepuasan pelanggan atau customer satisfaction merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Dengan demikian kepuasan 23 pelanggan ini juga berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan yang dapat memberikan banyak nilai baik bagi konsumen maupun perusahaan sendiri. Dikatakan juga oleh Priansah (2017:196) dalam Sianturi, et al (2021) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja(atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jikakerja memenuhi harapan, konsumenpuas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Selanjutnya, menurut Lupiyoadi dalam Taviprawati, et al (2019) terdapat lima faktor utama dalam menentukan kepuasan customer atau konsumen yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, diantaranya : (a) Kualitas Produk: *Customer* akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas (b) Kualitas Pelayanan: *Customer* akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang mereka harapkan. (c) Emosional: *Customer* akan merasa bangga apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi (d) Harga: Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relative murah dapat memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan tersebut. (e) Biaya: *Customer* tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktunya untuk

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan variabel independen (X) Bukti Fisik dan variabel dependen (Y) Kepuasan *Customer*. Data empiris yang diperoleh harus memenuhi kriteria validitas dan realibilitas. Kuesioner disebarkan kepada 100 orang responde yang merupakan customer dari Novotel Jakarta Cikini. Penelitian ini menggunakan analisis statistik untuk menjelaskan hubungan antara variabel dengan pengujian hipotesis melalui penggunaan kuesioner sebagai alat analisis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Identitas Responden

Data responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang diperoleh dari pengunjung hotel yang menginap pada bulan Juni – Juli 2022 di hotel Novotel Jakarta Cikini dengan karakteristik responden meliputi usia dan jenis kelamin seperti yang disajikan pada tabel-tabel berikut.

Tabel 1. Usia Responden

USIA				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
21 - 30 Tahun	87	87.0	87.0	87.0
31 - 40 Tahun	8	8.0	8.0	8.0
41 - 50 Tahun	3	3.0	3.0	3.0
>50 tahun	2	2.0	2.0	
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 24, (Juli, 2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa klasifikasi responden Novotel Jakarta Cikini berusia 21-31 tahun sebanyak 87 orang atau sebesar 87%, berusia 31-41 tahun sebanyak 8 orang

atau sebesar 8%, berusia 41-51 tahun sebanyak 3 orang atau sebesar 3%, berusia >50 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 2%.

Tabel 2 Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki – Laki	52	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	48	48.0	48.0	48.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 24, (Juli, 2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat di ketahui bahwa responden yang berkunjung ke hotel Novotel Jakarta Cikini didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 52 orang atau sebesar 52%, dibandingkan pengunjung berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 48 orang atau sebesar 48%.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tamu yang berkunjung ke hotel Novotel Jakarta Cikini didominasi oleh pengunjung laki-laki dengan rata-rata usia 21-30 tahun.

2. Analisis Deskriptif Variabel Bukti Fisik (X) dan Kepuasan Customer (Y)

Pada penelitian ini variabel X memiliki 10 indikator dan variabel Y memiliki 11 indikator. Hasil dari pernyataan tersebut dijelaskan pada tabel-tabel berikut:

Tabel 3. Rekapitulasi rata-rata variabel Bukti Fisik (X)

Dimensi	Indikator	Nilai	Interpretasi
Tampilan luar (<i>exterior appearance</i>)	Hotel Novotel Jakarta cikini memiliki desain luar gedung yang menarik	4,43	Baik
	Hotel Novotel Jakarta Cikini memiliki tempat parkir yang luas	4,41	Baik
	Hotel Novotel Jakarta Cikini berada di lokasi yang strategis	4,06	Baik
Tampilan dalam (<i>interior appearance</i>)	Lingkungan Hotel Novotel Jakarta Cikini terlihat bersih dan nyaman	4,50	Baik
	Tampilan interior hotel Novotel Jakarta Cikini elegan	4,43	Baik
	Fasilitas dan <i>furniture</i> hotel Novotel Jakarta Cikini terawatt	4,09	Baik
	Tata ruang Hotel Novotel Jakarta Cikini rapi dan teratur	3,90	Baik
Wujud lain (<i>other tangibles</i>)	Karyawan Hotel terlihat rapi dalam berpenampilan	3,93	Baik
	Tampilan situs <i>web</i> Hotel menarik dan mudah diakses	3,90	Baik
	Amenities hotel yang di berikan memiliki kualitas yang baik	4,43	Baik
Rata-rata = 42,08/10		4,20	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 24, (Juli, 2023)

Tabel 4. Rekapitulasi rata-rata variabel Kepuasan Customer (Y)

Dimensi	Indikator	Nilai	Interpretasi
Kualitas Produk	Kualitas <i>room</i> yang ditawarkan Novotel Jakarta Cikini sangat nyaman	4,26	Baik
	<i>Amenities</i> yang diberikan sesuai dengan standar hotel bintang 4	3,81	Baik
Kualitas Pelayanan	Front desk memberikan pelayanan yang baik	3,54	Baik
	Karyawan ramah saat proses pelayanan berlangsung	3,78	baik
	<i>Room attendant</i> memberikan pelayanan yang jujur dan memuaskan	3,68	Baik
Emosional	Hotel Novotel Jakarta Cikini memiliki nama dan logo yang mudah diingat serta dikenali	3,79	Baik
	Produk yang ditawarkan sesuai keinginan	4,37	Baik
Harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	4,25	Baik
	Kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan	4,48	Baik
Biaya	Produk yang ditawarkan oleh hotel sesuai dengan kebutuhan <i>customer</i>	4,67	Baik
	<i>Customer</i> tidak masalah untuk mengeluarkan biaya tambahan jasa pelayanan	4,38	Baik
Rata-rata = 45,01/11		4,09	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS 24, (Juli, 2023)

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.350	.344	5.505

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan Customer

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 24, (Juli, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan bahwa besarnya nilai korelasi (R) adalah 0.592. Selain itu diperoleh juga nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.350 atau 35%, yang artinya variabel bukti fisik (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan customer (Y) sebesar 35% dan sisanya sebesar 0.650 atau 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Regresi Linier Sederhana

Pengujian regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	20.342	3.370		6.037	.000
	Bukti Fisik	.582	.080	.592	7.270	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Customer

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 24, (Juli, 2023)

Berdasarkan hasil tabel perhitungan dengan menggunakan SPSS 24 di atas, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 20.342 + 0.582X$$

Persamaan regresi di atas dapat diterjemahkan sebagai berikut :

- 1) Nilai constant sebesar 20.342, artinya apabila variabel Bukti Fisik (X) bernilai 0, maka variabel Kepuasan Customer (Y) memiliki nilai sebesar 20.342.
- 2) Koefisien regresi variabel Bukti Fisik (X) sebesar 0.582 artinya setiap kenaikan 1% nilai Bukti Fisik, maka nilai Kepuasan Customer akan naik sebesar 0.582 dan nilai tersebut menunjukkan hubungan positif antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diartikan apabila tidak terdapat perubahan pada Bukti Fisik seperti perbaikan interior maupun *furniture*, maka nilai Kepuasan Customer sebesar 20.342. Jika terdapat perbaikan ataupun pembaruan pada bukti fisik, maka setiap 1% perubahan tersebut akan meningkatkan nilai citra merek sebesar 0.582 atau 58,2%.

c. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial atau keseluruhan.

Tabel 7. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.342	3.370		6.037	.000
	TOTAL_X1	.582	.080	.592	7.270	.000

Coefficients^a

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 24, (Juli, 2023)

Berdasarkan tabel perhitungan di atas maka didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $7.270 > 1.660$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti Fisik (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Customer (Y).

Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa H1 diterima, H0 ditolak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Hotel Novotel Jakarta Cikini sebagai objek penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil peneliti adalah sebagai berikut: 1. Diperoleh hasil sebesar 0.350 atau 35% melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), artinya variabel Bukti Fisik mempengaruhi variabel Kepuasan *Customer* sebesar 35% sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian, maka peneliti memberikan saran agar pihak manajemen Novotel Jakarta Cikini memberikan perhatian untuk beberapa indikator variabel X dan Y yang memiliki nilai di bawah rata, seperti dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4. Tujuannya agar variabel bukti fisik yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan *customer* dapat ditingkatkan nilainya, sehingga Novotel Jakarta Cikini dapat menjadi hotel yang memberikan kualitas lebih baik di mata *customer*.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Amalia, N. M., Sucihatiningih, D. W. P., & Santoso, J. T. B. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan BUMDES. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 170-180. 3 Juni 2023 pukul 15.00
- Angka, A. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Wom Finance. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(1), 91-100. 4 Juni 2023 pukul 15.10
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22. <https://doi.org/10.32507/ajei.v1i1i.506>. 4 Juni 2023 pukul 15.15
- Febrina, R. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Dan Empati Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Pada Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Bukittinggi. *El-Kahfi | Journal of Islamic Economics*, 1(01), 22–35. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v1i01.29>. 4 Juni 2023 pukul 15.20
- Finistyawan, Y. K., & Bessie, J. L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Travel di Kabupaten Malaka (Studi pada Travel Betun Mandiri Expres). *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 12(2), 149-165. 4 Juni 2023 pukul 21.25
- Haryanto, I. A., & Sari, H. P. R. (2020). Pengaruh Kinerja Petugas Cleaning Service Terhadap Kepuasan Penumpang Ekonomi Kapal Motor Kelud PT. PELNI (Persero). *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 2(1), 20-33.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427. 4 Juni 2023 pukul 21.35
- Novira, A., Priatna, R., & Pradesa, H. A. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Mendorong Kepuasan Pengguna Layanan Kesehatan Puskesmas Kabupaten Sumedang. *Jemap*, 3(2), 287. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i2.2828>. 4 Juni 2023 pukul 21.45
- Nugroho, B., & Subagja, I. K. (2018). Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pt. bank perkreditan rakyat gracia mandiri bekasi timur. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 28-47. 4 Juni 2023 pukul 22.00
- Kusumawati, H., & Kusmargiani, I. S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Keandalan, Dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk 98 Kantor Cabang Kudus. *Keunis*, 8(2), 106-119. 4 Juni 2023 pukul 23.25

- Sektiyaningsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra dan Loyalitas Pasien pada Unit Rawat Jalan RSUD Mampang Prapatan Jakarta Selatan. *Journal Of Business Studies*, 4(1), 17-29. 3 Juni 2023 pukul 23.55
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Sari, H. P. R. (2021). Pengaruh cita rasa dan harga terhadap kepuasan konsumen ragusa es krim italia. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 3(1), 35-49.
- Susanti, N., & Ichsan, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astellas Pharma Indonesia Area Depok. *Jurnal Manajemen Pemasaran No. ISSN (ceta)*, 2598-0823. 5 Juni 2023 pukul 00.25
- Utami, S., & Mukti, A. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) dan Citra Merk (Brand Image) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Akupuntur Setia Utami. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal dan Umkm*, 1(1), 27-37. 8 Juni 2023 pukul 23.25

Buku

- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Alfabeta. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.