

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *SERQUAL* DAN *HOUSE OF QUALITY* (HOQ)
DI CV. SARTIKA PALEMBANG**



TUGAS AKHIR

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Tridinanti Palembang**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD DIKY WAHYUDI

1702240502

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG**

2022

HALAMAN PENGESAHAN



TUGAS AKHIR

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *SERQUAL* DAN *HOUSE OF QUALITY* (HOQ)
DI CV. SARTIKA PALEMBANG

OLEH :

MUHAMMAD DIKY WAHYUDI

1702240502

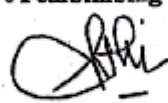
Mengetahui,
oleh
Ketua Program Studi Teknik Industri


Faizah Suryani, S.T., M.T

Palembang, Oktober 2022
Diperiksa dan disetujui

Pembimbing I,


Iraanda Pratiwi, S.T., M.T
Pembimbing II



Azhari, S.T., M.M

Disahkan
Dekan Fakultas Teknik



Mr. Zulkarnain Fatoni, M.T, M.M

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Diky Wahyudi
NPM : 1702240502
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode *Serqual* dan *House Of Quality* (HOQ) di CV. Sartika Palembang

Dengan menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Tugas akhir dengan judul tersebut di atas adalah murni hasil karya saya sendiri, bukan plagiat, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah tugas akhir dan disebutkan sebagai referensi serta dimasukkan dalam daftar pustaka.
2. Apabila dikemudian hari penulisan akhir ini merupakan hasil plagiat atau jiplakan dari tugas akhir karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan serta bersedia menerima sanksi hukum berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang "Sistem Pendidikan Nasional" pasal 70 yang berbunyi : Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik profesi atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat 2 (dua) terbukti merupakan jiplakan, dipidana penjara paling lama 2 tahun atau pidana denda paling banyak Rp.200.000.000,- (Dua ratus juta rupiah).

Dengan surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tidak ada paksaan dari pihak siapapun.

Palembang, September 2022



Penulis


METERAI TEMPEL
723ALJ0301004888
Muhammad Diky Wahyudi

ABSTRAK

CV. Sartika Palembang merupakan suatu unit usaha yang bergerak dibidang pendistribusian dan penjualan produk rokok Dados, sabun Harmony, Sabun Lidah Buaya dan lain-lain. Adanya peningkatan dan penurunan jumlah konsumen CV. Sartika Palembang tahun 2021. Penurunan jumlah konsumen terjadi disebabkan beberapa faktor antara lain kondisi persaingan yang semakin ketat (kompetitor), nilai tukar rupiah ditambah adanya fenomena Covid 19.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di CV. Sartika Palembang dengan menggunakan metode *SERVQUAL (Tangible, Empathy, Reliability, Responsibility dan Assurance)* didapatkan bahwa kesenjangan (gap) rata-rata yaitu sebesar -0.40. Hal ini menunjukkan bahwa menurut persepsi konsumen bahwa pelayanan perusahaan masih belum memenuhi harapan secara penuh. Prioritas peningkatan pelayanan untuk konsumen melalui matriks *House Of Quality (HOQ)* seperti perusahaan melakukan investasi alat dengan teknologi modern, perawatan fasilitas yang ada harus tampak baik, perusahaan harus memiliki pencatatan yang akurat, fasilitas fisik perusahaan harus tampak menarik, karyawan perusahaan harus memiliki pengetahuan dan perusahaan harus memiliki waktu operasi yang sesuai dan nyaman.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, *Quality Function Deployment (QFD)* dan *Servqual*

ABSTRACT

CV. Sartika Palembang is a business unit engaged in the distribution and sale of Dados cigarette products, Harmony soap, Aloe Vera Soap and others. There is an increase and decrease in the number of consumers CV. Sartika Palembang in 2021. The decline in the number of consumers occurred due to several factors, including increasingly fierce competition conditions (competitors), the rupiah exchange rate plus the Covid 19 phenomenon.

The level of customer satisfaction with services at CV. Sartika Palembang using the SERVQUAL method (Tangible, Empathy, Reliability, Responsibility and Assurance) it was found that the average gap was -0.40. This shows that according to consumer perceptions that the company's services still do not meet expectations in full. Priority for service improvement for consumers through the House Of Quality (HOQ) matrix, such as companies investing in tools with modern technology, maintenance of existing facilities must look good, companies must have accurate records, company physical facilities must look attractive, company employees must have knowledge and skills. the company must have a suitable and comfortable operating time.

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Quality Function Deployment (QFD) and Servqual

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	10
2.2 Kepercayaan Pelanggan (<i>Consumer Trust</i>)	15
2.3 Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	18
2.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	23
2.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	24
2.5 Uji Validitas	25

2.6 Uji Reliabilitas	26
2.7 Analisis <i>Servqual</i>	28
2.8 Diagram Kartesius.....	29
2.9 Matriks <i>House of Quality</i>	30
2.10 Penelitian Terdahulu	34

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data	39
3.4 Diagram Alir Penelitian	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data	44
4.1.1 Karakteristik Responden.....	45
4.1.2 Hasil Tabulasi Kuesioner.....	48
4.1.3 Pengolahan Data	54
4.2 Pengolahan Data.....	54
4.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	56
4.2.3 Nilai Kesenjangan (<i>Gap Score</i>).....	57
4.2.4 Diagram Kartesius	59
4.2.5 Perancangan Matriks <i>House of Quality</i>	62
4.2.6 Penentuan Nilai Target	65
4.2.7 Penentuan Rasio Perbaikan.....	65
4.2.8 Penentuan Atribut Jasa	66
4.2.9 Normalisasi Bobot	67
4.2.10 Mengembangkan Hubungan antara Matriks Kebutuhan Konsumen Dengan Respon Teknis.....	68
4.3 Pembahasan.....	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Sumber Data.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan jasa berada pada lingkungan bisnis yang semakin sengit dengan adanya globalisasi. Perusahaan yang mempunyai kualitas yang baik akan merubah perilaku konsumen sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan sifat jasa yang tidak dapat dikenali secara langsung oleh konsumen (*intangible*) sehingga konsumen dapat menilai kualitas maupun fasilitas suatu jasa setelah mengkonsumsinya sehingga diperlukan suatu fungsi komunikasi untuk mengkomunikasikan segala macam informasi, membujuk, atau mengingatkan konsumen tentang produk, citra, ide, keterlibatan masyarakat maupun dampak sosial yang dihasilkan (Kotler dan Armstrong, 2015). Kualitas pelayanan mempunyai dua bagian penting yaitu kualitas dalam pengertian yang nyata (*tangible quality*) dimana kualitas ini dapat diukur berdasarkan kegunaan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dan kualitas harapan (*expected quality*) yaitu kualitas yang diukur berdasarkan harapan pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Tetapi sering kali kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini terjadi karena perusahaan tidak mengerti atau tidak mencoba untuk mengetahui harapan pelanggan terhadap kualitas produk atau kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Atau dapat pula disebabkan karena adanya kesalahan persepsi pihak perusahaan tentang ekspektasi yang diinginkan pelanggannya sehingga menimbulkan kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan ekspektasi yang diinginkan pelanggan.

Selain itu banyak perusahaan pesaing berkompetisi melakukan inovasi terhadap kualitas produk dan jasa yang akan diberikan sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh sebab

itu, perusahaan harus mampu mengetahui dan memenuhi harapan konsumen serta melakukan inovasi agar dapat bertahan dan dapat bersaing dengan pesaing-pesaing lainnya. Dengan berkembangnya ilmu-ilmu pengetahuan serta ilmu-ilmu teknologi, masyarakat pada saat ini umumnya akan mengambil sebuah keputusan yang bijak, praktis dan efisien dalam memilih suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Dari perilaku dan pola pikir masyarakat yang sudah maju ini, menjadikan tantangan tersendiri bagi para wirausaha profesional untuk dapat cepat tanggap dalam menerima setiap perubahan yang ada, guna mendapatkan peluang agar bisnis yang mereka jalankan dapat berkembang.

Sembako yang banyak muncul di wilayah Palembang membuat persaingan antar penyelenggara jasa tersebut semakin ketat dan itu merupakan salah satu faktor pendorong bagi para penyelenggara sembakountuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan tingginya tingkat rutinitas sehari-hari masyarakat yang bekerja diluar rumah, membuat mereka kurang memperhatikan kesehatan mereka sendiri khususnya dalam pemeliharaan makanan.

Tingkat kepuasan pelanggan yang digunakan penulis menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)*. *SERVQUAL* digunakan untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan yang terjadi pada suatu perusahaan dan faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya kesenjangan tersebut, sehingga dapat dicarikan jalan keluarnya. *SERVQUAL* merupakan pemilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan manajemen perusahaan agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan. Konsep *SERVQUAL* digunakan untuk menghitung gap antara persepsi konsensus terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. *Quality Function Deployment (QFD)* didefinisikan sebagai suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam spesifikasi kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan tingkat organisasi dapat mengerti serta bertindak. QFD juga mencakup

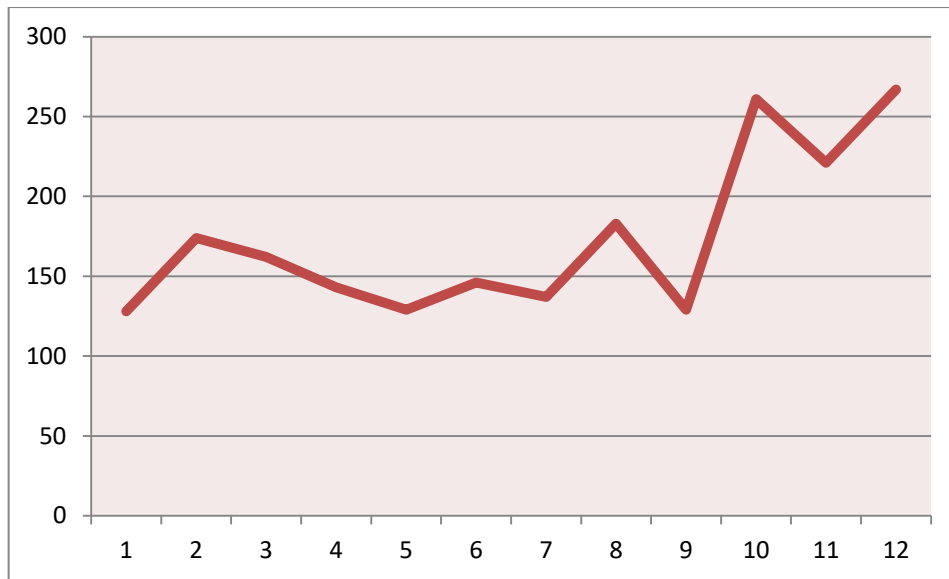
pemantauan dan pengendalian yang tepat dari proses manufaktur (Nugraha, 2018).

CV. Sartika Palembang merupakan suatu unit usaha yang bergerak dibidang pendistribusian dan penjualan produk rokok Dados, sabun Harmony, Sabun Lidah Buaya dan lain-lain. Pelayanan khususnya CV. Sartika Palembang harus memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin agar para konsumen atau pelanggan merasa puas dan tetap loyal. Dalam hal ini perusahaan telah menetapkan strategi kualitas pelayanan sebagai fokus dalam memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Sartika Palembang adalah *delivery order* atau pesan antar. *Delivery order* yang diterapkan dari seputaran daerah Kota Palembang. CV. Sartika Palembang sangat memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya agar para konsumen merasa nyaman dan puas.

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen CV. Sartika Palembang Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1	Januari	128	6.15
2	Februari	174	8.37
3	Maret	162	7.79
4	April	143	6.88
5	Mei	129	6.20
6	Juni	146	7.02
7	Juli	137	6.59
8	Agustus	183	8.80
9	September	129	6.20
10	Oktober	261	12.55
11	November	221	10.63
12	Desember	267	12.84
Jumlah		2080	100

Sumber : CV. Sartika Palembang, 2022



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Konsumen CV. Sartika Palembang Tahun 2021

Dilihat dari tabel 1.1 menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan jumlah konsumen CV. Sartika Palembang tahun 2021. Penurunan jumlah konsumen terjadi disebabkan beberapa faktor antara lain kondisi persaingan yang semakin ketat (kompetitor), nilai tukar rupiah ditambah adanya fenomena Covid 19.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugraha (2018) menyatakan terdapat beberapa faktor yang mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi tetapi tingkat kepuasan pelanggan sangat lemah, diantaranya adalah faktor *reliability* yaitu ketersediaan barang yang diinginkan tersedia dari ukuran, model, dan warna (9,50%), diikuti oleh faktor *responsiveness* yaitu kecekatan pegawai memberikan pelayanan terhadap pelanggan (9,47%), setelah itu dari faktor *tangible* yaitu kebersihan ruang belanja (7,73%). Disamping itu juga peneliti memberikan elemen pelayanan dengan urutan prioritas untuk dapat menjadi solusi perbaikan dan pengembangan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan penelitian Yushila (2017) menyatakan berdasarkan pengolahan data dengan metode *fuzzy servqual*, atribut yang menjadi prioritas utama yaitu penyajian makanan dan minuman yang cepat serta tepat sesuai pesanan, kejelasan dan kewajaran harga yang ditawarkan, dan porsi penyajian makanan dan minuman yang konsisten. Pengolahan data menggunakan metode

QFD menunjukkan respon teknis yang menjadi target utama dalam usulan perbaikan adalah membuat standar operasional prosedur pelayanan terhadap konsumen, mengadakan pelatihan komunikasi dan etika karyawan secara rutin, dan memperbaiki sarana dan prasarana.

Perbedaan untuk penelitian Nugraha (2018), Yushila (2017) dengan penelitian penulis adalah penelitian Nugraha (2018) menggunakan perusahaan yang menjual kebutuhan olahraga dan *casual* seperti sepatu, apparel dan berbagai aksesoris lainnya. Penelitian Yushila (2017) tempat penelitian adalah café sedangkan perusahaan penulis adalah perusahaan di bidang pendistribusian dan penjualan produk rokok Dados, sabun Harmony, Sabun Lidah Buaya dan lain-lain.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis mencoba membuat salah satu solusi, yaitu : **“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode *Serqual* dan *House Of Quality* (HOQ) di CV. Sartika Palembang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasikan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Jumlah konsumen CV. Sartika Palembang mengalami peningkatan dan penurunan.
2. Tingkat persaingan industri dan penjualan rokok di Kota Palembang yang semakin kompetitif dan pelayanan yang ditawarkan bagian *marketing* (penjualan) belum memenuhi kepuasan konsumen.
3. Nilai tukar rupiah ditambah adanya fenomena Covid 19 membawa dampak buruk bagi perekonomian, termasuk industri dan penjualan rokok yang mengalami dampak buruk selama pandemi tersebut.

1.3 Perumusan Masalah

Dengan meningkatnya teknologi dan informasi pada saat ini, menuntun manusia pintar dalam memilih produk yang akan dibelinya. Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan diatas, tujuan dari dilakukannya tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di CV. Sartika Palembang dengan menggunakan metode *SERVQUAL*?
2. Apa yang perlu dilakukan CV. Sartika Palembang dalam meningkatkan pelayanan berdasarkan matriks *House of Quality*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan tingkat kepuasan pelayanan dengan menganalisa nilai *SERVQUAL* di CV. Sartika Palembang.
2. Mengoptimalkan prioritas peningkatan pelayanan untuk konsumen melalui matriks *House Of Quality* (HOQ).

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mencapai tujuan dan pembahasan penelitian yang terarah, maka penulis membatasi penulisan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada CV. Sartika Palembang pada bulan November 2021 sampai dengan bulan Maret 2022.
2. Responden adalah pelanggan CV. Sartika Palembang yang telah berlangganan satu bulan.
3. Data acuan penelitian adalah observasi dan kuesioner.
4. Ruang lingkup penelitian ini hanya mengenai analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan menggunakan metode *SERVQUAL* dan *House Of Quality* (HOQ).

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam laporan penulisan tugas akhir ini, untuk mendapatkan hasil yang teratur, terarah dan mudah dipahami, maka penulisan disusun dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara garis besar tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan. Hal ini bertujuan agar masalah yang akan diteliti memiliki rumusan serta batasan –batasan yang terpaparkan secara jelas supaya tidak terjadinya penyimpangan dalam pembahasan pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menerangkan secara singkat tentang teori yang berhubungan dan berkaitan erat mengenai konsep *Service Quality (SERVQUAL)* dan matriks *House Of Quality* yang diperoleh dari *journal-journal*, buku-buku literatur serta sumber-sumber lain yang relevan.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menerangkan secara singkat tentang teori yang berhubungan dan berkaitan erat dengan masalah yang akan dibahas serta merupakan tinjauan kepustakaan yang menjadi kerangka dan landasan berfikir dan pengumpulan data yang terdiri dari dua yaitu data umum perusahaan dan data khusus untuk pengolahan data. Pengolahan data dilakukan berdasarkan data-data yang tersedia dengan mempertimbangkan dengan teori yang terkait.

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas mengenai hasil pengujian serta menunjukkan analisa data hasil dari pengujian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang dirangkum dari keseluruhan pembahasan mengenai analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Serqual* dan *House Of Quality* (HOQ).

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Aranningrum, W. 2013. Peningkatan kualitas pelayanan pegawai dengan menggunakan integrasi metode importance performance analysis (IPA)-quality function deployment (QFD). *Jurnal Administrasi Publik*, 1, 275-282.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand, A. T. & Aliyah, N. K., 2022. Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Corporate Image Dan Product Involvement Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Grewal, R., Dong, S., Ding, M., & Zhao, P. 2011. Functional forms of the satisfaction–loyalty relationship. *International Journal of Research in Marketing*, 28(1), 38-50.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Juni, Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. 2017. Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Kurniasih, N. & Puspasari, M. A. 2013. Pengembangan Kualitas Pelayanan Produk Telekomunikasi Selular Diatas Kapal Menggunakan Metode Service Quality & Quality Function Deployment. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 293-300.
- Ling, G. M., Fern, Y. S., Boon, L. K., & Huat, T. S. 2016. Understanding customer satisfaction of internet banking: A case study in Malacca. *Procedia Economics and Finance*, 37, 80-85.
- Nidia, Khoiriyah, R., & KM, K. E. W. S. 2017. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Gigi Pada Peserta Bpjs Di Puskesmas Setabelan Kota Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Nugraha, J. T. 2018. E-Government dan pelayanan publik (studi tentang elemen sukses pengembangan e-government di pemerintah kabupaten Sleman). *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(1), 32-42.
- Nugraha, L., Yuniar, Y., & Harsono, A. 2015. Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pendidikan bahasa Inggris menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) di LBPP LIA Martadinata Kota Bandung. *REKA INTEGRASI*, 3(1).
- Power, Ain, N., & Ratnasari, R. T. 2015. Pengaruh citra merek melalui sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk busana muslim Zoya di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(7), 553-569
- Rouf, D., & Abdur, M. 2011. The corporate social responsibility disclosure: A study of listed companies in Bangladesh. *Business and Economics Research Journal*, 2(3), 19-32.

- Selvakumar, J. J. 2015. Impact of service quality on customer satisfaction in public sector and private sector banks. *PURUSHARTHA-A journal of Management, Ethics and Spirituality*, 8(1), 1-12.
- Simamora, Henry. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tribowo, S., Rukmi, H. S., & Harsono, A. 2014. Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada kawasan wisata kawah putih perum perhutani jawa barat dan banten dengan menggunakan metode servqual. *Reka Integra*, 2(02), 14-23.
- Wu, H. Y., Lin, C. C & Chang, Y. F. 2011. The critical factors impact on online customer satisfaction. *Procedia Computer Science*, 3, 276-281.
- Yushila, A. B., & Effendi, U. 2017. Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Metode Fuzzy–Servqual Dan Quality Function Deployment (Studi Kasus Café Right Time Malang). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 18(2), 107-118.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. 2017. *A excelência em serviços*. Saraiva Educação SA.