

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA WEDDING ORGANIZER
TIGA PUTRI PAYAKUMBUH**

Oleh :

Delni Alek Candra
Fakultas Ekonomi, Jurusan Magister Manajemen
Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh
email :delnialex@gmail.com

Abstrak

Tiga Putri *Wedding Organizer* merupakan salah satu jasa wedding yang cukup terkenal di Kota Payakumbuh memiliki berbagai macam Wedding Package untuk memudahkan serta meringankan konsumen dalam merealisasikan acara lamaran maupun pesata pernikahan yang di inginkan. Berdasarkan penelitian, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen yang di sebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang optimal. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Tiga Putri *Wedding Organizer*. Metode penelitian yang di gunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data, meliputi: primer dengan observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan kuesioner (angket) kepada 35 responden, sedangkan sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, meliputi; jurnal, artikel, dan buku, teknik analisis data meliputi: uji validasi instrumen, uji reabilitas, regresi linier sederhana, analisis korelasi rank sperman, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif pada variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen yaitu, sebesar 71.5%. Sedangkan sisanya sebesar 28.5 % yang di tentukan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian yang tidak teridentifikasi. Saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu, sebaiknya Tiga Putri *Wedding Organizer* dapat meningkatkan kualitas serta pelayanan baik itu internal maupun eksternal yang mampu meningkatkan kepuasan pada konsumen Tiga Putri *Wedding Organizer*.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

Saat ini perekonomian Indonesia masih mengalami ketidakstabilan akibat pasca pandemik covid 19, yang menyebar begitu pesat ke seluruh penjuru dan beralih menjadi pandemik yang menakutkan bagi masyarakat (Nasution et al., 2020). Akibat pandemik global tersebut banyak sekali sektor-sektor di indonesia yang mengalami penurunan, salah satunya yaitu sektor usaha di bidang jasa yang mengalami dampak cukup tinggi. Hal ini mengakibatkan bisnis jasa yang serupa mengalami persaingan yang cukup kompetitif. Maka dari itu agar

bisnis mampu bertahan dalam kondisi pandemik dan persaingan yang cukup ketat, perusahaan harus bisa membaca kebutuhan dan keinginan konsumen. Terutama perusahaan harus mampu memberikan service dan kualitas pelayanan yang optimal.

Kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan tidak hanya pada produk saja, tetapi juga kebutuhan akan jasa. Oleh sebab itu, persaingan yang terjadi tidak hanya pada perusahaan manufaktur saja tetapi juga pada perusahaan penyedia jasa, salah satunya adalah jasa Wedding Organizer (wo) yaitu penyedia pelayanan jasa yang membantu calon pengantin

untuk mempersiapkan semua yang berhubungan dengan acara sakral pernikahan agar berjalan lancar sesuai dengan yang diinginkan, dengan ini para wo harus bisa memenuhi keinginan yang di harapkan para konsumen dalam merealisasikan acara pernikahan. Besarnya minat calon penganti di Indonesia untuk mewujudkan konsep pernikahan yang unik dan berkesan memicu jasa wo lainnya. Karena bidang jasa ini dianggap sebagai salah satu ladang bisnis yang menjajikan sekaligus menguntungkan karena di Indonesia termasuk negara yang masyarakatnya masih memiliki budaya menggelar pesta pernikahan dalam jumlah kapasitas yang besar. (Arum, 2019)

Seperti Tiga Putri *Wedding Organizer*, usaha yang bergerak di bidang jasa yang cukup terkenal di kota Payakumbuh tepatnya di jalan M. Syafi'i No. 25 Koto Tengah, Kecamatan Payakumbuh Barat Sumatera Barat. Tiga Putri *Wedding Organizer* menyediakan beberapa fasilitas seperti Event organizer (eo) dan wedding organizer (wo). Pasca pandemik ini Tiga Putri *Wedding Organizer* mengalami beberapa masalah akibat adanya pandemik covid 19. Yang mengakibatkan Tiga Putri *Wedding Organizer* perlu membangun kualitas pelayanan yang lebih ekstra agar

membangun kepercayaan kepada kosumen seperti menjamin keamanan dalam menjalani protokol kesehatan di saat acara berlangsung. Karena kualitas pelayanan ini sangat berpengaruh besar kepada citra perusahaan.

Kualitas Pelayanan merupakan hal yang paling diperhatikan bagi para kosumen saat mengambil keputusan. Ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya yaitu dari segi kualitas pelayanan (Aryandi & Onsardi, 2020). Apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik, maka akan menyebabkan keputusan kosumen, dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas dapat menjadi salah satu usaha untuk mendapatkan profit kepada kedua belah pihak yakni bagi perusahaan dan bagi pihak konsumennya (Anisata Aini et al., 2020). Tiga Putri *Wedding Organizer* sangat menjaga kualitas pelayanan kepada kosumennya karena jika kualitas pelayanan yang di berikan kepada kosumen menurun maka akan sangat berpengaruh kepada minat pasar yang mengakibatkan kelangsungan hidup dari Tiga Putri *Wedding Organizer* sangat menurun.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di gunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan

data, meliputi: primer dengan observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan kuesioner (angket) kepada 66 responden, sedangkan sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, meliputi; jurnal, artikel, dan buku, teknik analisis data meliputi: uji validitas instrumen, uji realibilitas, regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner responden pada Tiga Putri *Wedding Organizer* dengan uji frekuensi, diketahui hasil gambaran pada kuesioner karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu; berdasarkan jenis kelamin dan usia. Secara lebih jelas disajikan dalam tabel-tabel di bawah ini :

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	persentase
1.	Laki-laki	38	57,6%
2.	Perempuan	28	42,4%
Total		66	100,0%

Sumber : Hasil Olahan Data 2023

Dilihat dari tabel, menunjukkan bahwa jumlah responden yang jenis kelamin laki-laki sebanyak 57,6% atau 38 orang, dan jenis perempuan

sebanyak 42,4% atau 28 orang.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Profesi	Frekwensi	Persentase
1	Pns	9	13,6%
2	Guru	12	18,2%
3	Wirausaha	6	9,1%
4	Wiraswasta	12	18,2%
5	Lainnya	27	40,9%
Total		66	100,0%

Sumber : Hasil Olahan Data 2023

Dapat dilihat bahwa dari 66 responden, PNS terdapat 13,6% atau 9 orang, Guru terdapat 18,2% atau 12 orang, Wirausaha terdapat 9,1% atau 6 orang, Wiraswasta terdapat 18,2% atau 12 orang sedangkan pekerjaan lainnya ada 40,9% atau 27 orang.

Validitas dapat dilakukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen dikatakan mempunyai validitas yang kuat apabila instrumen tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas data digunakan untuk mengetahui item-item yang ada pada kuesioner mampu mengukur pengaruh yang didapatkan dalam penelitian ini (**Ghozali, 2009**). Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,435	0,244	Valid
2	0,253	0,244	Valid
3	0,352	0,244	Valid
4	0,501	0,244	Valid

5	0,671	0,244	Valid
6	0,482	0,244	Valid
7	0,594	0,244	Valid
8	0,664	0,244	Valid
9	0,611	0,244	Valid
10	0,349	0,244	Valid
11	0,427	0,244	Valid
12	0,425	0,244	Valid
13	0,471	0,244	Valid
14	0,625	0,244	Valid
15	0,577	0,244	Valid
16	0,527	0,244	Valid
17	0,607	0,244	Valid
18	0,602	0,244	Valid
19	0,665	0,244	Valid
20	0,607	0,244	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan 2023

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa 20 pernyataan kualitas pelayanan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} , maka seluruh item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,313	0,244	Valid
2	0,665	0,244	Valid
3	0,696	0,244	Valid
4	0,659	0,244	Valid
5	0,436	0,244	Valid
6	0,526	0,244	Valid
7	0,414	0,244	Valid
8	0,501	0,244	Valid
9	0,664	0,244	Valid
10	0,630	0,244	Valid
11	0,553	0,244	Valid
12	0,673	0,244	Valid

13	0,695	0,244	Valid
14	0,691	0,244	Valid
15	0,726	0,244	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan 2023

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa 15 pernyataan variabel kepuasan konsumen memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} , maka selama seluruh item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu suatu data dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 **Sugiyono (2018:220)**. Semakin tinggi hasil yang diperoleh berbanding lurus dengan reliabilitas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,860	20

Sumber : Hasil Data Olahan 2023

Hasil pengujian tersebut terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach Alpha* sebesar 0,860. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari kualitas pelayanan teruji reliabilitasnya

sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	15

Sumber : Hasil Data Olahan 2023

Hasil pengujian tersebut terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach Alpha* sebesar 0,869. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari kepuasan konsumen teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan memiliki sebaran data normal atau tidak. Pada pengujian ini menggunakan uji parsial (Uji T) yang merupakan bagian dari statistik parametrik. Sebuah pengujian parametrik diketahui mengahruskan data yang digunakan mengikuti sebaran distribusi normal. dalam penelitian ini digunakan metode pengujian *Kolmogorov-Smirnov test*, yaitu pengujian dua sisi yang dilakukan dengan membandingkan signifikansi hasil uji (*p value*) dengan taraf signifikan sebesar 5%. memiliki nilai $> 0,005$ (5%) (Ghozali, 2005).

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai Kolmogrov-Smirnov Z sebesar $0,107 > 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual

berdistribusi normal. maka hasil analisis ini dapat lanjut ke analisis regresi karena uji asumsi klasik ini residual sudah berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini digunakan uji grafik plot dengan kriteria heteroskedastitas terjadi apabila grafik plot yang direpresentasikan memiliki pola tertentu seperti linier atau garis lurus. Sebaliknya, tidak ditemukan adanya heteroskedastitas apabila grafik plot tidak memiliki pola tertentu.

Dari gambar grafik plot dapat dilihat bahwa tidak ditemukan adanya pola tertentu pada grafik plot. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastitas.

Uji regresi linier sederhana menggunakan bantuan *spss* versi 27. Tujuan uji ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X dan variabel Y Sugiyono (2017). Adapun hasil analisis data regresi sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9
Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,544	4,178		5,874	,000
	X	,135	,041	,381	3,318	,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data SPSS 27

Berdasarkan uji regresi linier sederhana melalui program SPSS diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut: Tabel 4.9 menunjukkan hasil yang diperoleh dari persamaan regresi antara variabel X dan Y yaitu $Y=24,544+0,135X$. Dengan demikian, nilai konstanta $b=0,135$ dan nilai konstanta $a=24,544$.

Uji persial (Uji T) merupakan suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) secara parsial atau individual menerangkan variabel (kepuasan konsumen) berdasarkan tabel (Haslia dan Mustafa 2013). maka hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji Persial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,544	4,178		5,874	,000
	X	,135	,041	,381	3,318	,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 27

Dari hasil perhitungan data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai sebesar t_{hitung} 3,318 lebih besar dari t_{tabel} ($n = 66, 5\%$) 1,668 dan signifikan yang

dihasilkan $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji determinasi digunakan untuk menentukan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen (Blomono, 20015). Berdasarkan uji regresi yang dilakukan diperoleh nilai determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.11
Uji Determinasi R²
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,381 ^a	,715	,132	3,23843

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 27

Hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 4.11 diatas bahwa besar koefisien determinasi pada penelitian ini adalah 71,5%. Sedangkan sisanya sebesar 28,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Tiga Putri *Wedding organizer* Di Kota Payakumbuh memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh banyak orang. Tiga Putri *Wedding organizer* juga menyediakan ruang tunggu yang bersih dan nyaman untuk konsumen yang datang, memiliki peralatan dan perlengkapan yang bagus dan lengkap, serta mereka juga memiliki karyawan-karyawan yang ramah.

Dalam memberikan sebuah informasi,

pemilik Tiga Putri *Wedding organizer* sangat terbuka, akurat dan cepat sesuai apa yang ingin diketahui dari konsumen. Selain itu pemilik Tiga Putri *Wedding organizer* juga melakukan pelayanan sesuai janji yang telah ditetapkan kepada konsumen, dan melakukan segala permintaan konsumen yang telah ditetapkan tepat pada waktunya. petugas Tiga Putri *Wedding organizer*. Dana pelaminan bekerja dengan sangat bagus. Mereka sangat tanggap dalam memenuhi permintaan dari konsumen, sigap dalam merespon setiap permasalahan atau keluhan yang ada pada konsumen, serta selalu memberikan informasi yang jelas dan pasti kepada konsumen untuk layanan yang akan direalisasikan sehingga tidak akan membuat konsumen menunggu dengan tidak adanya kejelasan.

Petugas yang ada di *wedding organizer* ini selalu memperlakukan konsumennya dengan baik, berbahasa yang baik dan jelas kepada konsumen. Mereka selalu sigap dalam pekerjaan yang diberikan dan menyelesaikan pekerjaannya dengan tepat waktu. Konsumen yang sudah memilih *wedding organizer* ini dapat mempercayai segalanya kepada petugas mereka karena rasa tanggung jawab yang besar, apabila layanan yang diinginkan konsumen tidak sesuai maka petugas mereka bersedia untuk tanggung jawab.

Konsumen akan merasa tenang dan senang dengan layanan yang diberikan

petugas Tiga Putri *Wedding organizer*, karena petugas mereka selalu memperhatikan keinginan konsumen, dan sigap apabila tiba-tiba datang keluhan dari konsumen.

Untuk konsumen yang mempercayai Tiga Putri *Wedding organizer* berarti juga mempercayai petugas mereka dalam melaksanakan tugasnya, sehingga hasil yang diberikan petugas sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, pelayanan yang diberikan petugas juga sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan keinginan dari konsumen.

Berdasarkan Hasil Analisis Statistik di atas diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 24,544 + 0,135 X$$

Yang berarti bahwa : Konstanta sebesar 16,925 memiliki arti bahwa jika apabila Kualitas Pelayanan ($x = 0$), maka Kepuasan Pelanggan adalah 24,544. Koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif 0,135 yang artinya variabel ini mempunyai kontribusi yang positif sehingga, apabila Kualitas Pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka Kepuasan Konsumen pada Permata Wedding organizer akan meningkat sebesar 0,135.

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai positif, artinya bahwa jika kualitas layanan selalu diterapkan maka konsumen akan merasa lebih puas dan kemudian akan menjadikan mereka pelanggan yang faithful bahkan akan merekomendasikan Tiga Putri *Wedding organizer* kepada calon pelanggan lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dijelaskan

oleh Yuliarmi dan Riyasa (2007) yang menyatakan bahwa secara simultan semua dimensi kualitas pelayanan yaitu faktor keandalan, faktor daya tanggap, faktor kepercayaan, faktor empati, dan faktor berwujud mempunyai pengaruh yang signifikan. Analisis Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur kontribusi faktor Kualitas

Layanan sebagai variabel bebas terhadap Kepuasan Konsumen pada Tiga Putri *Wedding organizer* sebagai variabel terikat. Hasil uji statistik menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,715, sehingga nilai koefisien determinasi (R^2) atau dengan kata lain Kepuasan Konsumen Tiga Putri *Wedding organizer* sebesar 0,715 atau 71,5 % dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, sisanya 28,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil analisis pengujian hipotesis melalui SPSS menunjukkan hasil t hitung $> t$ tabel, yaitu nilai t hitung adalah 3,318 sedangkan nilai t tabel adalah 1,668. Hal ini didukung dengan angka signifikansi sebesar $0,001 < 0,005$ maka H_a diterima, artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tiga Putri *wedding organizer*. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Panjaitan dan Yuliati bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tiga Putri *Wedding organizer*. Hasil uji statistik menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,715 atau dengan kata lain Kepuasan Konsumen Tiga Putri *Wedding organizer* sebesar 71,5% dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, sisanya 28,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5. REFERENSI

- Alviani, R, Wilfridus, L. 2013. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*. Usahawan, No. 5.
- Agus Prabu wibowo. 2013. *banjir uang dengan bisnis event organizer dan wedding organizer tutorial praktis*. yogyakarta: flashback.
- Arosmiati. 2019. *Analysis Kualitas Pelayanan Kesehatan di Lembaga Per masyarakatan kelas II A Wanita Tangerang*. Disertai Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia, Jakarta.
- Ali Hasan. 2012. *marketing dan kasus-kasus pilihan*. Cups Publishing.
- Ayu Putri Trarinitya. 2012. *Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan dan Wedding organizer Mount*
- Andree Wijaya. 2012. *pengaruh Inovasi Kreativitas dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keunggulan Kompositif*.

- Basrah, Samsul, j. 2012. *Riset manajemen sains indonesia* (JRMSI), Fakultas universitas negeri Jakarta. No 1.
- Blomono, Agung. 2005. *Metode-Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*”, Andi OFFSET, Yogyakarta.
- Christoher Lovelock. 2010. *pemasaran jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga. Jilid 2 Edisi Ketujuh.
- Danang Sunyoto. 2013. *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditma.
- Dyah ayu kusumawrdani. 2018. *studi mengenai kepuasan pembelian jasa wedding and event organizer*, fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang.
- Departemen Agama RI. 2010. *Terjemahannya*. Bandung Diponegoro.
- EM, Ratu. 2008. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia EdisiRevisi*. Semarang: Dita Publisher. cet. Ke-3.
- Freddy Rangkuti. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Relationship strategi* Melati. 2010. *jasa wedding organizer*. Jakarta: Gramedia.
- Fandy Tjiptono, et Al. 2008. *pemasaran startegi*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2004. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Badan Penerbit Universitas Diponorogo. Semarang.
- Hariadi Ibrahim. 2018. *Analysis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasa Konsumen dalam Membeli Jasa Wedding organizer*.
- Haslia, Mustafa, Lanteng. 2013. *Analisis Pengaruh penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Air Mineral pada PT. Asera Tirta Posidonia di Kota Palopo*.
- Inggang Perwangsa. 2017. *etika pemasaran dan kepuasan konsumen dalam pemasaran perbankan syariah*, timub press, oktober.
- Informasi System Departement. 2019. *School Of Information Sytem*. Bisnis University Jl.K. H syahdan No. 9. Palmerah, Jakarata Barat.
- Ibnu Hasan Hasibuan. 2010. *Pengertian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan*.
- Julian Yamit. 2011. *Manajemen Kuaitas*. Yogyakarta: Ekonosia.
- J, Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran analisis perencanaan dan pengendalian*. jilid dan Erlangga, Jakrta.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad Adam. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Mustaq Ahmad. 2001. *Etika Bisnis Dalam Isalam*. Jakarta: Pustaka Al-Kutsar.
- Muhammad Ismmail. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Melfa Yola. 2004. *Analysis Kepuasan Konsumen Terhadap Peayanan dan Harga Prodak Pada Jasa*

Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa). Erlangga. Jakarta, Erlangga.

Masri, Sofian. 2008. *Metode Penelitian Surve.* Jakarta: LP3ES.

Muhammad Teguh. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi.* Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada