

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Mahkota Lamongan

Nurul Khomariyah, Humaidah Muafiqie, Muchtar

Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Darul Ulum

Nurul.kh32@gmail.com fiqie63@gmail.com, muchtar.210959@gmail.com

ABSTRAK

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Sulastiyono (2008:5) Penelitian ini dilakukan pada kegiatan pelayanan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Mahkota Lamongan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Mahkota Lamongan. Analisis data yang digunakan adalah dengan mengolah, menelaah dan mereduksi bahan yang terkumpul, kemudian data dianalisis untuk disarikan kembali dalam sebuah karya yang memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Mahkota Lamongan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan konsumen makin meningkat. Kepuasan konsumen ini dipengaruhi oleh: bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan berpihak kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen adalah bukti langsung.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Terhadap konsumen

ABSTRACT

Hotel is a company managed by its owners by providing food services, facilities drink and room to sleep people who was traveling and unable to pay the amount naturally, in accordance with the services received without special agreement. Sulastiyono (2008: 5) This research was conducted at the customer service activities at Hotel Mahkota Lamongan with the title "The influence of service quality on customer satisfaction in the hotel Mahkota Lamongan. Aim this study was to determine whether there is influence of service quality on customer satisfaction in the hotel Mahkota Lamongan. Analysis of the data used is the processing, analyzing and reducing materials collected, then analyzed the data to be summarized in a paper that focuses on the impact of service quality on customer satisfaction in the hotel Mahkota Lamongan. The results of this study concluded that the presence of good quality services, the customer satisfaction increased. Consumer satisfaction is influenced by: Tangible, reliability, responsiveness, assurance and Empathy. Quality of care the most influence on consumer satisfaction is Tangible.

Keywords: quality of service, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Hal yang terpenting dalam dunia perhotelan adalah tingkat kepuasan, hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan di pengetahuan dan pengalamannya berdasar kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang komplek terdiri dari lima unsur, yaitu: *Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*. Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Hal ini disebabkan konsumen yang datang ke Hotel Mahkota Lamongan mempunyai motivasi atau pendorong yang berbeda dalam memanfaatkan produk jasa yang ditawarkan apakah menyewa kamar, memanfaatkan fasilitas yang ada seperti fasilitas rapat, hiburan dan lainnya, keistimewaan-keistimewaan yang ditawarkan oleh pihak Hotel nantinya akan menjadi suatu indikator bagi kepuasan konsumen sehingga

pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasanya. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan dan diberikan oleh pihak penyedia jasa, untuk menghasilkan kepuasan pelanggan dengan karakteristik *Intangibility* (tidak berwujud), *Unstorability* dan *Customization*. Griffin (dalam Lupiyoadi, 2006:6), Tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, variabilitas, dan tidak tahan lama. Kotler (2006:603).

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan Kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Oleh sebab itu para pemasar saat ini memandang tugas peningkatan kualitas produk dan jasa sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Dalam meningkatkan pemasaran sangat diperlukan suatu kualitas yang mendukung, dimana definisi dari kualitas itu menurut Goets (dalam Tjiptono, 2007:51) “merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut Tjiptono (2007:59) yang dimaksud dengan pelayanan adalah: “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”. Zeithaml yang ditulis ulang oleh Fandy Tjiptono (2007:28) harapan pelanggan diyakini memiliki peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk/jasa dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada korelasi yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian, harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi. Selain standar prediksi, ada pula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka penulis menarik suatu hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari (*Tangible, responsiveness, Reliabilitas, assurance dan empathy*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Mahkota Lamongan.
2. Diduga variabel *tangible* adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Mahkota Lamongan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menekankan pada analisis data numerik dan pendekatan *eksplanatif* untuk menjelaskan hubungan kausalitas antara keputusan pembelian dengan variabel-variabel yang meliputi faktor psikologis konsumen. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan dokumentasi dan kuesioner.

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah ada dua yaitu:

- a. Variabel bebas
 - $X_1 = \text{Tangible}$
 - $X_2 = \text{Responsiveness}$
 - $X_3 = \text{Reliabilitas}$
 - $X_4 = \text{Assurance}$
 - $X_5 = \text{Empathy}$
- b. Variabel terikat
 - $Y = \text{kepuasan konsumen}$

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa kamar Hotel Mahkota Lamongan. Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam hal ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Penelitian ini mengambil sampel tamu menginap di Hotel Mahkota Lamongan. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kali variabel bebas (Joseph F. Hair, 1998). Dengan ukuran sampel minimum 30. Gay (dalam Hasan, 2007:68). Sumber Data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder. Dengan teknik pengumpulan melalui observasi (pengamatan), interview (wawancara) dan kuesioner (pertanyaan). Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan berbagai uji variabel (uji F, R, t)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran umum hotel

Hotel Mahkota Lamongan merupakan salah satu hotel di kota Lamongan yang sudah puluhan tahun menyediakan jasa perhotelan. Disamping usaha dalam bidang perhotelan nama Mahkota juga bergerak dalam usaha yang lain diantaranya dalam bidang restoran dan pertokoan. Mahkota merupakan bidang usaha yang dikelola bersama anggota keluarga selama berpuluh tahun. Hotel Mahkota lamongan 1, sudah ada sejak lama dan mengalami beberapa kali renovasi, sedangkan Grand Mahkota terletak tidak jauh dari Mahkota 1 dapat ditempuh dengan berjalan kaki karena hotel Mahkota 1 yang tidak mempunyai lahan parkir mobil yang cukup maka kendaraan lebih baik diparkir di Grend Mahkota yang mempunyai lahan parkir cukup luas. Hotel Mahkota Lamongan pernah mendapatkan penghargaan Adikarya pariwisata dari gubenur Jawa Timur pada Tahun 1998.

Hotel Mahkota terletak di jantung kota Lamongan. Hotel ini menawarkan kamar-kamar modern yang dilengkapi dengan fasilitas seperti AC atau kipas angin, TV, kamar mandi, dan lain-lain. Fitur-fitur pendukung seperti restoran, ruang rapat dan taman akan membuat para tamu merasa nyaman berada di Hotel Mahkota. Berjarak 45 menit berkendara menuju Wisata Bahari Lamongan dan Makam Munan Drajad. Hotel Mahkota Lamongan yang berlokasi di tengah kota Lamongan merupakan tempat yang strategis sebagai tempat usaha dalam bidang perhotelan. Karena lokasinya yang di dalam kota, dimana sebagian tamunya atau pelanggannya yang menginap melakukan kegiatan bisnis sehingga Hotel Mahkota Lamongan berdasarkan lokasinya bisa digolongkan sebagai *City hotel*.

Berdasarkan jumlah bintang yang disandang dan jumlah kamar serta persyaratan lainnya Hotel Mahkota Lamongan dapat diklasifikasikan sebagai hotel berbintang empat. Karena tamu yang menginap lebih dari satu malam, tetapi jangka waktu menginap tetap pendek, kira-kira berkisar antara dua minggu hingga satu bulan maka hotel ini bisa disebut sebagai *semi residential hotel*.

2. Diskripsi Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah para tamu yang kebetulan menginap pada waktu penelitian ini dilaksanakan, tanpa membedakan jenis kelamin, umur, status sosial, domisili atau yang lain tetapi kami membatasi responden hanya tamu hotel yang menginap pada kamar standar itupun kami batasi 60 orang.

3. Analisis statistik Deskriptik

1) Analisis Regresi Berganda

Menurut Arikunto (2006:151) untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat adalah: $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$

Dimana :

Y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a = Konstanta

$b_1, \dots, b_5$ = Koefisien regresi $X_1, \dots, X_5$

X_1 = *Tangible*

X_2 = *Responsiveness*

X_3 = *Reliabilitas*

X_4 = *Assurance*

X_5 = *Empathy*

e = Standar erorr

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS 17 For Windows didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	17.675	1.407		12.562	.000
X1	1.105	.905	.403	1.221	.227
X2	.253	1.539	.096	.164	.870
X3	.373	1.623	.536	1.846	.401
X4	.453	1.431	.551	1.015	.314
X5	.837	1.000	.317	.836	.407

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Perhitungan SPSS

Dari tabel 5.4. tersebut diinterpretasikan hasil persamaan regresi ganda sebagai berikut : $y = 17,675 + 1,105x_1 + 0,253x_2 + 0,373x_3 + 0,453x_4 + 0,837x_5$

Konstanta (a) = 17,675, secara statistik diterjemahkan bahwa dengan menganggap $x_1 = 0$, $x_2 = 0$, $x_3 = 0$, $x_4 = 0$ dan $x_5 = 0$, maka $Y = 17,675$, ini menunjukkan bahwa sebelum dilakukan penelitian terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Mahkota Lamongan sudah baik.

Koefisien regresi (b1) = 1,105, artinya apabila terjadi peningkatan pelayanan (*Tangible*) di hotel Mahkota Lamongan sebesar 1 satuan, maka akan diikuti oleh kepuasan konsumen sebesar 1,105 satuan.

Koefisien regresi (b2) = 0,253, artinya apabila terjadi peningkatan pelayanan (*Responsiveness*) di hotel Mahkota Lamongan sebesar 1 satuan, maka akan diikuti oleh kepuasan konsumen sebesar 0,253 satuan.

Koefisien regresi (b3) = 0,373, artinya apabila terjadi peningkatan pelayanan (*Reliabilitas*) di hotel Mahkota Lamongan sebesar 1 satuan, maka akan diikuti oleh kepuasan konsumen sebesar 0,373 satuan.

Koefisien regresi (b4) = 0,453, artinya apabila terjadi peningkatan pelayanan (*Assurance*) di hotel Mahkota Lamongan sebesar 1 satuan, maka akan diikuti oleh kepuasan konsumen sebesar 0,453 satuan.

Koefisien regresi (b5) = 0,837 artinya apabila terjadi peningkatan pelayanan (*Empathy*) di hotel Mahkota Lamongan sebesar 1 satuan, maka akan diikuti oleh kepuasan konsumen sebesar 0,837 satuan.

4. Pengujian Hipotesis

1. Uji secara simultan (Uji F)

Uji F adalah untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan. Sedangkan untuk menguji hipotesa yang di ajukan apakah diterima atau di tolak dengan melihat nilai F. Jika $F_{hit} > F_{Tabel}$, maka H_0 ditolak artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible,*

Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy) secara bersama- sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan.

Jika $F_{hit} < F_{Tabel}$, maka H_0 diterima artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) secara bersama sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan

Tabel 2 Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	521.848	5	104.370	22.879	.000 ^a
Residual	246.335	54	4.562		
Total	768.183	59			

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Perhitungan SPSS

Pada tabel diatas nilai F hitung adalah 22,879 dengan tingkat signifikasi 0,000. Sedangkan nilai F tabel dengan tingkat signifikasi 0,05 (5%) adalah 4,00 sehingga F hitung (22,879) > F Tabel (4,00) yang artinya hipotesis nol di tolak. Berdasarkan perhitungan di atas maka penelitian ini menyimpulkan kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan

2. Uji t

Uji t adalah untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan.

Kriteria pengujian :

- 1) Jika $T_{hit} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- 2) Jika $T_{hit} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Berdasar tabel di atas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari:

Tabel 3. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	17.675	1.407		12.562	.000
X1	1.105	.905	.403	1.221	.227
X2	.253	1.539	.096	.164	.870
X3	.373	1.623	.536	1.846	.401
X4	.453	1.431	.551	1.015	.314
X5	.837	1.000	.317	.836	.407

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Perhitungan SPSS

Dari tabel di atas, mempunyai nilai t hitung sebesar 12,562, sedangkan nilai t tabel dengan tingkat signifikasi 0,05 dengan derajat kebebasan n-k , n adalah jumlah sampel, k = jumlah variabel) sebesar 2,00 sehingga t hitung(12,562) > t tabel(2,00) artinya hipotesis nol

ditolak sehingga kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan

Pembahasan Hasil Penelitian.

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Mahkota Lamongan secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variable penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variable kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan dengan di buktikan pada uji F dan Uji t.

Dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hit} > F_{Tabel}$, maka H_0 ditolak artinya kualitas pelayanan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan.

Demikian pula dari uji t Variabel *Reliabilitas* mempunyai nilai t hitung sebesar 12,562, sedangkan nilai t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan n-k (n adalah jumlah sampel, k = jumlah variabel) sebesar 2,00 sehingga $t_{hitung}(12,562) > t_{tabel}(2,00)$ artinya hipotesis nol ditolak sehingga kualitas pelayanan terdiri dari: (*Tangible Responsiveness, Reliabilitas, Assurance dan Empathy*) secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Mahkota Lamongan.

Dari hasil penelitian koefisien regresi terbesar adalah $(b_1)=1,105$. (*Tangible*) maka kualitas pelayanan yang paling dominan pada Hotel Mahkota Lamongan adalah *Tangible* (bukti langsung).

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil analisa dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Mahkota Lamongan yang terdiri dari: (*Tangible, Responsiveness, Reliabilitas, Assurance, dan Empathy*). Jika kualitas pelayanan yang dilakukan sangat puas, maka kepuasan konsumen akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang dilakukan kurang baik, maka kepuasan konsumen akan menurun dengan di buktikan pada uji F dan Uji t.
2. Variabel kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Mahkota Lamongan adalah pada bagian *Tangible* yaitu bukti langsung yang dapat diberikan hotel dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Jika bukti langsung yang dilakukan sangat baik, maka kepuasan konsumen akan meningkat, sebaliknya jika bukti langsung yang dilakukan kurang baik, maka kepuasan konsumen akan menurun dengan di buktikan pada uji F dan Uji t.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1998. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Arsyad, L. (2009) Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta.

Arsyad, Lincoln, 1999, Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan, Edisi ke 4 STIE YKPN, Yogyakarta.

- Lilik Yarkoni, Khoiruddin, Muzajjad, & Muhammad Mudjib Musta'in. (2018). Pengaruh Sumber-Sumber Kekuasaan Terhadap Politik Organisasi. *Journal of Public Power*, 2(2), 122-131. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/208>
- Luluk Iftitah, Khoiruddin, Junaedi, & Muhammad Mudjib Musta'in. (2018). Pemanfaatan Bank Sampah Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kabupaten Jombang. *Journal of Public Power*, 2(1), 47-64. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/203>
- Mohammad Hari Prasetyo, Muhammad Mudjib Musta'in, & Supriyanto. (2018). Analisis Bantuan Keuangan Khusus Terhadap Peningkatan Infrastruktur Masyarakat Desa Sebagai Indikator Peningkatann Kesejahteraan Di Kabupaten Jombang. *Journal of Public Power*, 2(2), 79-94. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/205>
- Gustina Ari Murti, Khoiruddin, & Humaidah Muafiqie. (2018). Institusionalisasi Akuntabilitas Keuangan Pemerintah Daerah Di Kabupaten Jombang. *Journal of Public Power*, 2(2), 67-78. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/204>
- Agus Supriyono, Khoirudin, & Humaidah Muafiqie. (2020). Pengaruh Produk Gadai, Faktor Bunga, Layanan Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah : (Studi Kasus PT Pegadaian (Persero) Di Kota Mojokerto). *Journal of Public Power*, 4(1), 39-52. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/228>
- Denis Setiawan, Muchtar, & Humaidah Muafiqie. (2017). Faktor-Faktor Determinan yang Berpengaruh Pada Tingkat Pengangguran Di Indonesia Periode 2000-2016. *Journal of Public Power*, 1(1), 1-16. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/183>
- Tutik Hidayati, Abdul Adzim, & Humaidah Muafiqie. (2020). Pengaruh Tingkat Kemiskinan Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Melalui Pemenuhan Kebutuhan Sekolah : (Studi kasus Di SMA Negeri 3 Jombang). *Journal of Public Power*, 4(1), 1-12. Retrieved from <http://ejournal.undar.ac.id/index.php/jpp/article/view/225>
- Boediono, (2007) Teori Pertumbuhan Ekonomi, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Suryana, Drs. 2000. Ekonomi Pembangunan Problematika dan Pendekatan. Jakarta, Salemba Empat.
- Todaro, (2004). Ekonomi Pembangunan, Edisi 20, PT. Gunung Agung, Jakarta
- Widarjono, Agus (2007). Ekonometrika Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis, Ekonisia, Yogyakarta.