

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan

Ivan Irawan¹, Yuliana Yuliana^{2*}, Arwin Arwin³

^{1,2*,3}Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹ivanirawann414@gmail.com, ^{2*}yuliana_njo@yahoo.com, ³arwin.my@live.com

Abstract

The purpose of this study was to determine whether there is an effect of service quality on parental satisfaction at IEC, Medan. This research method is explanatory quantitative. Explanatory research or also called verification research aims to test a truth through testing hypotheses about causation between the various variables studied. The population in this study was 216 customers. The sampling technique in this study is the incidental sampling technique. The research sample is 68 customers by using Slovin formula. The result of the research is that there is an effect of service quality on the satisfaction of parents at IEC. Service quality is a form of consumer assessment of the level of service received or perceived as expected, so the quality of service is perceived as good and satisfactory. The research instrument used is the validity and reliability test. The data analysis technique used is simple linear regression. The correlation results are 0.601 and a significant value is 0.001 which indicates that the variables of service quality and customer satisfaction have a positive and strong relationship. From the results of r square of 47% and the remaining 53% is influenced by other factors. From the calculation of the regression analysis, the regression equation $Y=8,250+0,126X$ is obtained. Thus it can be concluded that the quality of service affects the satisfaction of parents at IEC, Medan

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua murid di IEC, Medan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori. Penelitian eksplanatori atau disebut juga penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji suatu kebenaran melalui pengujian hipotesis tentang sebab-akibat antara berbagai variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah 216 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik insidental sampling. Sampel penelitian adalah 68 pelanggan dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua murid di IEC. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil korelasi adalah sebesar 0,601 dan nilai signifikan sebesar 0,001 yang memberikan indikasi bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang positif dan kuat. Dari hasil r square sebesar 47% dan sisanya 53% dipengaruhi faktor lainnya. Dari perhitungan analisis regresi maka diperoleh persamaan regresi $Y=8,250+0,126X$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua murid di IEC, Medan

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, masyarakat diharuskan mampu berbahasa Inggris. Pasalnya, bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang dapat menghubungkan orang-orang dari beda negara untuk berkomunikasi tanpa terkendala tidak mengerti (Yuliana, Arwin, Supriyanto Supriyanto, et al., 2020). Selain bahasa Inggris, bahasa yang

harus dikuasai pada era globalisasi ini adalah bahasa Mandarin. Inilah yang menyebabkan banyaknya lembaga kursus bahasa Inggris dan Mandarin yang mulai bermunculan.

Permintaan terhadap lembaga kursus bahasa semakin meningkat sejalan dengan semakin meningkatnya perekonomian negara Indonesia. Melihat semakin meningkatnya permintaan terhadap jasa kursus bahasa (LIUS et al., 2019; Yuliana, Arwin, & Pratiwi, 2020), terdapat adanya peluang pasar pada jasa kursus bahasa yang sangat besar dan menjanjikan sehingga masing-masing tempat kursus saling bersaing dengan menawarkan berbagai metoda dan program pembelajaran (Arwin et al., 2021; Harahap et al., 2021; Widya et al., 2021; Yuliana et al., 2019). Pada umumnya, faktor yang dilihat konsumen jika ingin menggunakan suatu layanan/jasa adalah kualitas dari layanan tersebut. Oleh karena itu hal yang paling diutamakan suatu perusahaan jasa dalam menawarkan layanan/jasanya kepada konsumen yang dalam hal ini adalah jasa Bimbingan Belajar adalah kualitas pelayanan/jasa tersebut. Dimana jasa atau layanan yang mereka tawarkan dapat memberikan manfaat kepada pelanggan lebih dari yang mereka harapkan (Martono et al., 2021).

(Kotler & Keller, 2021) menyampaikan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan (Martono et al., 2021). Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan (Imelda et al., 2021; Leonardo et al., 2021). Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu sifatnya relatif juga harapan dan interpretasi pelanggan berbeda beda pula.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan dengan harapan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan bisa diartikan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry (Tjiptono, 2017), adalah indikator kualitas pelayanan yaitu:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu dengan cara yang sama sesuai yang telah dijanjikan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi

dengan sangat cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

3. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat yang dapat dipercaya dari kontak personil untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.
4. *Emphaty* (empati), yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memenuhi kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
5. *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedia fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

Menurut (Tjiptono, 2020), faktor-faktor dominan di dalam pelayanan jasa terdiri dari Technical Quality, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang di terima pelanggan. Technical Quality dapat dirinci lagi menjadi:

1. Kualitas yang dapat dievaluasi sebelumnya contohnya harga
2. Kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah mendapat pelayanan jasa contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan
3. Kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa
4. Komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa
5. Reputasi, profil dan daya tarik khusus perusahaan

Menurut (Kotler & Keller, 2021), terdapat lima manfaat kualitas layanan yaitu:

1. Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan
2. Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk
3. Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu
4. Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2017), kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya, kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Pemenuhan kepuasan pelanggan diyakini merupakan ‘wahana’ guna mewujudkan tujuan organisasi (penjualan, laba, pangsa pasar, pertumbuhan usaha, *survival*, layanan publik, dan seterusnya.)

Terdapat enam indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Terpenuhinya harapan konsumen.
Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.
2. Sikap atau keinginan menggunakan produk.
Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau

terpapar oleh iklan di media massa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.

3. Merekomendasikan kepada pihak lain.
Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atasapa yang diperoleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.
4. Loyal.
Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.
5. Reputasi yang baik.
Upaya bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merek (brand image), citra perusahaan (company image), reputasi merek (brand reputation), nama yang terbaik (the best name), pelayanan prima (service excellent) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan konsumen mendapatkan prioritas.
6. Lokasi.
Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual belikannya produk barang / jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Faktor penentu atau determinan kepuasan pelanggan telah banyak diteliti, diantaranya karakteristik demografis dan sosio-psikologis konsumen (di antaranya usia, kompetensi pribadi, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, status pernikahan, gaya hidup, dan seterusnya). Secara garis besar, riset anteseden kepuasan pelanggan selama ini berfokus pada dua aspek:

1. Kepuasan pelanggan
2. Kinerja produk (*product performance*)

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti:

1. *Product and Service Features*
Kepuasan pelanggan dengan suatu produk atau layanan dipengaruhi secara langsung oleh pelanggan terhadap fitur fitur produk atau layanan. Dalam melakukan studi kepuasan, sebagian besar perusahaan menentukan beberapa fitur dan atribut penting untuk layanan mereka dan kemudian mengukur persepsi fitur tersebut serta kepuasan layanan secara keseluruhan.
2. Customer Emotions
Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi kepuasan terhadap produk dan layanan.
3. *Attributions for Service Success or Failure*
Atribusi dianggap sebagai penyebab suatu peristiwa, juga mempengaruhi persepsi kepuasan. Atribusi dianggap sebagai penyebab suatu peristiwa, juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh suatu hasil (layanan yang jauh lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan), mereka cenderung mencari alasannya dan penilaian mereka atas alasan itu dapat memengaruhi kepuasan mereka.
4. *Perception of Equity or Fairness*
Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi. Pelanggan akan bertanya pada dirinya sendiri: Apakah saya telah dipelakukan secara adil dibandingkan dengan pelanggan lain?“, Apakah pelanggan ini mendapatkan perawatan yang lebih baik,

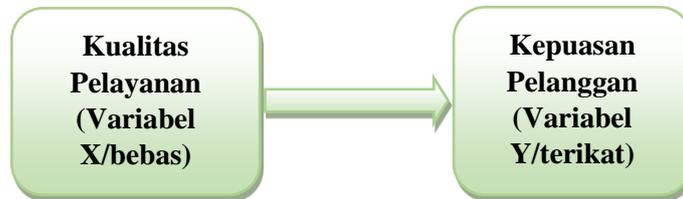
harga lebih baik, atau layanan berkualitas lebih baik?”. Pengertian keadilan merupakan pusat persepsi kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan, khususnya dalam situasi pemulihan layanan.

5. *Other Customers, Family Members, and Coworkers.*

Selain fitur produk dan layanan serta perasaan dan keyakinan seseorang kepuasan pelanggan sering kali dipengaruhi oleh orang lain. Misalnya, keputusan keluarga tentang tujuan liburan dan kepuasan dengan perjalanan adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan emosi anggota keluarga individu. Nantinya, apa yang diungkapkan anggota keluarga dalam hal kepuasan atau ketidakpuasan dengan liburan akan dipengaruhi oleh pengalaman oleh keluarga lain.

Hubungan Variabel

Menurut (Kotler & Keller, 2021), kualitas produk dan layanan, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan saling terikat. Kualitas layanan yang makin baik akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tentunya tinggi. Adapun kerangka pikir yang menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di IEC, Medan. IEC (*International Education Centre*), Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan dan berfokus pada pengajaran bahasa Inggris dan bahasa Mandarin untuk anak-anak tingkat PG sampai tingkat SMA. Saat ini IEC Medan mempunyai 3 cabang, yaitu di Jalan Malaka no 29/59 yang didirikan pada tahun 1998, di Jalan Jemadi Komplek Taman Jemadi Indah yang didirikan pada tahun 2004, dan di Jalan Hayam Wuruk no 17, Medan yang didirikan pada tahun 2007. Sebagai sebuah tempat kursus bahasa dan penyedia dibidang jasa pendidikan, tentu saja kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting untuk memajukan perusahaan. Akan tetapi pada saat penulis melakukan observasi mengenai kepuasan pelanggan di IEC, Medan, penulis menemukan bahwa kepuasan pelanggan di perusahaan tersebut menurun. Hal ini dapat dilihat dari adanya beberapa murid yang tidak melanjutkan pembelajarannya di IEC, Medan. Dengan melihat hal ini, penulis mulai menelusuri penyebab sebenarnya yang dapat menyebabkan kepuasan pelanggan menurun. Melalui wawancara singkat dengan beberapa orang tua murid yang dipilih secara acak terkait masalah ini, penulis menemukan bahwa terjadi penurunan pada kualitas pengajaran guru dan pelayanan customer service yang lambat.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada metode penelitian kuantitatif asosiatif. Dimana penulis hanya ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua murid di IEC, Medan.

Jumlah populasi adalah seluruh orang tua murid IEC yang berjumlah 216 orang tua murid. Penulis menggunakan teknik Slovin dan mendapatkan sampel sejumlah 68 orang atau sekitar 32% dari seluruh total orang tua murid di IEC. Sampel yang diambil berdasarkan teknik Insidental Sampling, dimana merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pertanyaan tertutup dan mengaplikasikan skala likert dalam kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Metode analisis data yang digunakan adalah

a. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel. Nilai koefisien korelasi (r) ($-1 \leq r \leq 1$). Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada diantara -1 sampai 1. Sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negative (-) (Sugiyono, 2017).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) (Sugiyono, 2017).

c. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Siregar, 2017). Dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + \epsilon$$

Penjelasan setiap variabel; Y= Kepuasan Pelanggan, a= Konstanta, b= Koefisien regresi variabel X, ϵ = *error term*, X= Kualitas Pelayanan.

d. Uji Z

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Nilai Z_{tabel} pada α sebesar 5% dapat diperoleh angka sebesar 1,96. Apabila $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ berarti hipotesis diterima dan sebaliknya (Sugiyono, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dari responden, dipastikan terlebih dahulu agar data berdistribusi normal. Selanjutnya data ditabulasikan, kemudian dilakukan pengolahan menggunakan perangkat lunak pengolah data, hasil pengolahan data dapat disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengolahan

Jenis Uji	Hasil Penelitian
Regresi Linear Sederhana	$Y = \alpha + bX + \varepsilon$ $B = 8,520 \quad 0,126$
R / R-Square	0,601 / 0,470
Zhitung	4,81

Berdasarkan Tabel 1, dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi sederhana memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 8,520 artinya jika variabel independen kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 skala, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 8,520 skala.
2. Kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,126 dan memiliki arah positif, itu berarti bahwa apabila variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,126 skala.
3. Nilai korelasi (R) 0,601 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan kuat dengan kepuasan pelanggan.
4. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,470 yang menunjukkan bahwa 47% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya sebesar 53% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Pada uji hipotesis diketahui bahwa $Z_{hitung} 4,81 < Z_{tabel} 1,96$, dengan demikian hipotesis diterima, yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua murid di IEC, Medan. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa nilai korelasi (R) 0,601 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif dan kuat. Hasil dari regresi linear sederhana diketahui bahwa nilai $a=8,520$ dan nilai $b= 0,126$, dimana $Y=8,520+0,126X+\varepsilon$, menunjukkan jika kualitas pelayanan (X) mengalami kenaikan satuan (1), maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,126 kali. Pada hasil pengujian uji hipotesis, diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi menunjukkan hasil 0,470 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 47% terhadap kepuasan pelanggan sementara sisanya 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Arwin, A., Yuliana, Y., & Elika, E. (2021). Dampak Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada PT Teguh Jaya Mandiri): Impact of Leadership and Work Environment on Employee Performance (Case Study at PT Teguh Jaya Mandiri). *BISMA Cendekia*, 1(2), 60–66.
- Harahap, Z. P., Arwin, A., Yuliana, Y., Nugroho, N., & Ivone, I. (2021). Analisis Motivasi Kerja Karyawan di CV Fawas Jaya Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 507–511.
- Imelda, I., Yuliana, Y., Arwin, A., Vincent, W., & Williny, W. (2021). Dampak Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada PT Bintang Anugrah Plafonindo Palembang. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 273–277.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Leonardo, V., Yuliana, Y., Arwin, A., Hutabarat, F. A. M., & Sulaiman, F. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Studi Kasus pada Perkantoran Maha Vihara Maitreya Cemara Asri, Deli Serdang. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 466–470.
- LIUS, W., MEDIYANTI, S., SIAHAAN, R. F. B. R., & UTAMA, T. (2019). Analisis Penyusunan Anggaran Pada CV. Buana Raya Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1).
- Martono, M., Arwin, A., Yuliana, Y., Lisa, L., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 411–415.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, F. (2017). *Service management (Edisi 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Kepuasan Pelanggan kosep, pengukuran, & strategi*.
- Widya, W., Arwin, A., Yuliana, Y., Ciamas, E. S., & Siahaan, R. F. B. (2021). Analisis Motivasi Karyawan di PT Citra Kesawan Selaras Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 491–495.
- Yuliana, Y., Arwin, A., & Pratiwi, J. D. (2020). Dampak Gaji dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Cipta Mandiri Agung Jaya). *BISMA Cendekia*, 1(1), 1–6.
- Yuliana, Y., Arwin, A., Supriyanto Supriyanto, D. A., & Siemin, E. (2020). A Study on the Challenges of Organisational Learning in Perguruan Tinggi Cendana, Medan-Indonesia. *ICASI 2020: Proceedings of the 3rd International Conference on Advance & Scientific Innovation, ICASI 2020, 20 June 2020, Medan, Indonesia*, 129.
- Yuliana, Y., Lisa, L., Nancy, N., Chandra, W., & Aigan, W. (2019). Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 1(1).