

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT TRENGGINAS JAYA

(Studi kasus *Outsourcing* PT. Trengginas Jaya pada
Asrama Putra Universitas Telkom Bandung 2019)

Mutia Hadianti¹, Harrie Lutfie², Nellyaningsih³

Fakultas Ilmu Terapan, Telkom University, Bandung, Indonesia

*Email : Nellyaningsih@tass.telkomuniversity.ac.id

harrie.lutfie@gmail.com

mutiahadianti03@gmail.com

Abstrak

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat dalam bidang penyedia tenaga kerja/outsourcing dan bisnis menuntut adanya kesiapan dan pelaku ekonomi, peran kepuasan pada konsumen ditujukan untuk mengetahui keberadaan dan keinginan serta harapan konsumen yang diterapkan. Hal ini bertujuan untuk menghindari agar konsumen tidak beralih pada perusahaan yang menawarkan produk/jasa sejenis. Informasi akurat yang sudah dianalisis dari konsumen jika hasilnya dapat dikelola dengan baik akan menguntungkan perusahaan tentunya dalam melayani kebutuhan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Jenis analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS versi 25. Dan menggunakan Teknik sampling nonprobability sampling. Alat pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada konsumen PT. Trengginas Jaya Bandung dan mengutip dari berbagai sumber buku. Untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus bernouli maka ditentukan sampel sebesar 100 responden.

Kata Kunci : Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat dalam bidang bisnis dan jasa layanan tenaga kerja/outsourcing dan menuntut adanya kesiapan dan pelaku ekonomi, peran kepuasan pada konsumen ditujukan untuk mengetahui keberadaan dan keinginan serta harapan konsumen yang diterapkan. Hal ini bertujuan untuk menghindari agar konsumen tidak beralih pada perusahaan yang menawarkan produk/jasa sejenis. Informasi akurat yang sudah dianalisis dari konsumen jika hasilnya dapat dikelola dengan baik akan menguntungkan perusahaan tentunya dalam melayani

kebutuhan konsumen. PT.Trengginas Jaya adalah Perusahaan yang salah satu produknya menyediakan jasa tenaga kerja yang meliputi pekerjaan yang akan ditempatkan pada perusahaan yang menginginkannya. Pengertian *Outsourcing* sendiri adalah penggunaan tenaga kerja dari luar perusahaan sendiri untuk melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu yang spesifik. Banyak perusahaan sekarang yang merekrut tenaga kerja mereka melalui perusahaan penyedia jasa tenaga kerja atau yang lebih dikenal dengan Perusahaan *Outsourcing* karena perusahaan tidak perlu repot menyediakan fasilitas maupun tunjangan makan, hingga asuransi kesehatan. Sebab, yang bertanggung jawab adalah Perusahaan penyedia jasa tenaga kerja itu sendiri. Perusahaan bisa lebih fokus mengurus bisnis intinya daripada menghabiskan energi, waktu, dan biaya untuk hal-hal yang bersifat teknis (www.indotrading.com, 2019)

Untuk mencapai kinerja yang lebih baik perusahaan harus mampu memanfaatkan *resource* yang ada didalamnya dan memaksimalkan fungsi sumber daya alam (SDM). Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, maka pembentukan SDM yang berkualitas adalah suatu keharusan yang harus dimiliki. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam hal mencapai tujuan tergantung pada kemampuan yang dimiliki SDM dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan sehingga karyawan diharuskan untuk selalu mampu mengembangkan diri secara proaktif dalam suatu perusahaan. SDM yang diperlukan saat ini adalah sumber daya manusia yang memiliki kinerja.

PT. Trengginas Jaya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penyedia jasa tenaga kerja yang terletak di Kota Bandung. Perusahaan ini menyediakan tenaga kerja berupa *security, customer service, administrasi, cleaning service, driver*, dan pengelolaan asrama mahasiswa. Menjamurnya perusahaan-perusahaan dibidang jasa penyediaan tenaga kerja/outsourcing mengakibatkan adanya persaingan usaha dalam meraih perhatian

konsumen. Hal ini mengharuskan PT. Trengginas Jaya dituntut untuk lebih mendalami hal-hal dalam kebutuhan-kebutuhan konsumen, apabila perusahaan yang bergerak dibidang jasa, menjaga kinerja karyawan merupakan salah satu cara untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen. Maka dari itu PT. Trengginas Jaya harus memiliki kualitas layanan tenaga kerja yang baik agar konsumen yang menjadi sasarannya merasa puas dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan penjelasan fenomena permasalahan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TRENGGINAS JAYA"

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang ada, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana Kualitas Layanan Jasa Outsourcing PT. Trengginas Jaya di Asrama Putra Universitas Telkom?
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan Jasa Outsourcing PT. Trengginas Jaya di Asrama Putra Universitas Telkom?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Trengginas Jaya?

II. DASAR TEORI DAN METODOLOGI

A. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Lewis & Booms, 1983) dalam Tjiptono, 2017. Menurut Sunyoto (2015:284), kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasinya. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:137), mengungkapkan terdapat 5 dimensi yang menentukan kualitas pelayanan. 5 dimensinya adalah sebagai berikut:

- a. *Tangible* (Bukti Langsung)

Kemampuan suatu perusahaan dalam memperlihatkan kepada pihak eksternal akan ekstensi perusahaan. Sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang akan di berikan kepada pelanggan seperti gedung, perlengkapan, peralatan, gudang, penampilan pegawai perusahaan dan lain-lain.
- b. *Empathy* (Empati)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang di berikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami, kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.
- c. *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang di berikan kepada pelanggan secara akurat dan terpercaya. Kecepatan waktu pelayanan untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi sesuai dengan harapan pelanggan.

- d. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Keinginan yang tulus untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membuat pelanggan menunggu terlalu lama, merasa tidak dilayani dengan cepat, mengabaikan permintaan pelanggan akan membuat pelanggan memberikan penilaian yang buruk mengenai kualitas pelayanan.
- e. *Assurance* (Jaminan)

Faktor-faktor yang mendukung pertumbuhan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, seperti pengetahuan, sikap sopan santun, dan kemampuan para karyawan perusahaan. *Assurance* terdiri dari beberapa komponen, yaitu: Komunikasi (*communication*), Kredibilitas (*credibility*), Keamanan (*security*), Kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

B. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016:150) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika sesuai harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil yang positif dari pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan jasa, kepuasan konsumen dapat menimbulkan kesan yang positif untuk konsumen lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:155) pelanggan dinyatakan puas maka pelanggan akan :

- a. **Menggunakan jasa itu kembali**

Apabila pelanggan puas menggunakan jasa tersebut, maka hal yang dilakukan pelanggan pertama adalah menggunakan jasa itu kembali karena pelanggan merasa puas akan jasa tersebut, puas dari segi pelayanan karyawan dan lain sebagainya, dan pelanggan tidak puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan akan berpindah ke jasa lainnya.
- b. **Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain**

Apabila pelanggan puas maka pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan tidak merekomendasikan ke orang lain, bahkan pelanggan akan merekomendasikan jasa lain yang membuat pelanggan tersebut puas akan pelayanan yang diberikan dan lain sebagainya.
- c. Pelanggan tidak pernah mengeluh

Apabila pelanggan puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan mengeluh seperti komplain kepada penyedia jasa, dan apabila pelanggan tidak puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan akan komplain kepada penyedia jasa karena ketidakpuasan yang diterima pelanggan.

Menurut Zainal Rivai (2017:173) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang ataupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima.

Menurut Tjiptono (2014:369) terdapat empat metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

a. Sistem Keluhan dan saran

Cara ini dapat dilakukan dengan membuka kotak saran sehingga dapat menerima keluhan, saran, dan kritik dari pelanggan. Selain kotak saran, keluhan, saran, dan kritikan juga dapat disampaikan melalui kartu-kartu informasi dan *customer hotline*. Hal tersebut dimaksudkan agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survey secara berkala baik melalui telepon, pos, maupun wawancara pribadi. Dalam melakukan hal tersebut, perusahaan juga dapat mengirimkan angket kepada orang-orang tertentu. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode survey dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut:

1. *Directly reported satisfaction*, pada cara ini pengukuran yang dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.
2. *Derived dissatisfaction*, pada cara ini pertanyaan yang diajukan berkenaan dengan dua hal utama yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan.
3. *Problem analysis*, pada cara ini pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
4. *Importance performance analysis*, pada cara ini responden diminta untuk memberikan peringkat terhadap berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. selain itu responden juga diminta untuk memberikan peringkat mengenai seberapa baik kinerja perusahaan dalam tiap-tiap elemen tersebut.

c. *Ghost shopping*

Cara ini dilakukan dengan mempekerjakan orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan dan berpura-pura menjadi pembeli produk pada perusahaan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing. Selain itu, para *ghost*

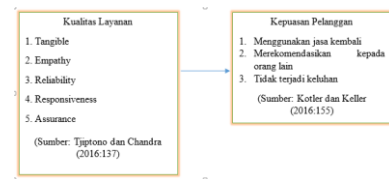
shopper juga dapat datang dan melihat langsung bagaimana karyawan perusahaan bersaing berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya.

d. Analisis pelanggan yang hilang atau berganti (*Lost Customer Analysis*)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain, untuk mengetahui alasan pelanggan beralih ke perusahaan lain. Dengan informasi diperoleh, perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan bagan kerangka pemikiran seperti yang terlihat dari gambar 2.1 :



GAMBAR 2.1
Kerangka Pemikiran

Adapun hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh variable Kualitas Layanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

H1: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Trengginas Jaya, Bandung. Dimana kualitas layanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik *non probability sampling* yang kami gunakan adalah *purposive sampling*. Dikatakan *purposive sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara sengaja dan bersifat subjektif. Pemilihan sampel secara subjektif, didasari oleh berbagai pertimbangan khusus yang secara seksama dipahami oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. (1) Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner langsung kepada responden; (2) Data sekunder berasal dari media massa, publikasi penelitian sebelumnya, serta buku referensi.

Jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti sehingga peneliti menggunakan rumus Bernoulli untuk menentukan jumlah responden yang diambil. Dari perhitungan dengan rumus tersebut yang telah dilakukan peneliti dengan mengambil tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0.05$ didapatkan hasil jumlah reponden $\geq 96,04$. sehingga peneliti menggunakan kuesioner sebanyak 100 dengan alasan agar saat semua kuesioner disebar, akan kembali lagi kuesioner dengan jumlah tidak kurang dari 96 rangkap kuesioner. Responden yang memilih adalah responden yang tinggal di Bandung dan merupakan penguhi asrama putra Telkom University.

Untuk menjawab hasil hipotesis, penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25.

IV. ANALISIS DATA

A. Deskriptif

Dari hasil pengolahan data mengenai variabel kualitas layanan, diperoleh persentase sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Trengginas Jaya Bandung termasuk dengan kategori yang baik, ini menandakan bahwa perusahaan sudah memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

Dari hasil pengolahan data mengenai variabel kepuasan pelanggan, diperoleh persentase sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan kepada PT. Trengginas Jaya sudah baik dirasakan oleh pelanggan.

B. Hasil Uji Statistik

1.) Uji t

Berikut merupakan hasil uji t atau uji parsial dari hasil olahan data peneliti dengan IBM SPSS 25 seperti yang terlihat pada gambar 4.9 sebagai berikut:

TABEL 4.9
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,192	1,209		2,640	,010
	X	,500	,040	,784	12,521	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2019

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh t hitung = 12,521 > t tabel 1,985, maka secara parsial variable Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena t hitung > dari pada t tabel dan nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 pada tabel koefisien bernilai lebih kecil dengan nilai probabilitas sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X) terdapat hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2.) Uji Koefisien Determinasi

Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi dari hasil olahan data peneliti dengan IBM SPSS 25 seperti yang terlihat pada gambar 4.10 sebagai berikut:

TABEL 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,611	1,36070

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2019

Nilai koefisien determinasi R square dalam penelitian adalah 0,615 atau 61,5% yang berarti variabel kualitas layanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 61,5%. Sedangkan sisanya sebesar 38,5% atau 0,385 dapat dijelaskan oleh variabel atau faktor-faktor diluar variabel penelitian lain seperti citra merek, promosi, harga dan lokasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Trengginas Jaya, dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel (X) kualitas layanan termasuk dalam kategori sangat baik dengan rata-rata skor total 81%. Jika dimasukkan kedalam garis kontinum yang mewujudkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dimiliki oleh PT. Trengginas Jaya dapat disetujui oleh konsumen sebagai salah satu alasan konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata skor total 81%. Jika dimasukkan kedalam garis kontinum yang mewujudkan bahwa tanggapan responden termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan PT. Trengginas Jaya dapat disetujui oleh konsumen.
3. Kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien determinasi R square dalam penelitian adalah 0.615 atau 61,5% yang berarti variabel kualitas layanan sebesar 61,5% dan 38,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas layanan. Dilihat dari uji T pengaruh kualitas layanan didapat bahwa H1 diterima, dapat dilihat dari t hitung > t table, yaitu 12,521 > 1,985.

B. Saran

Saran Bagi Perusahaan:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas layanan secara keseluruhan, skor terendah dalam variabel kualitas layanan terdapat pada item pernyataan ke-3, yaitu "Petugas asrama

- memberikan pelayanan yang ramah” dengan skor 78% dari responden. Berdasarkan hasil tersebut diharapkan layanan jasa *Outsourcing* PT. Trengginas Jaya dapat meningkatkan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan, skor terendah dalam variabel kepuasan pelanggan terdapat pada item pernyataan ke-12, yaitu “Saya ingin menggunakan layanan jasa asrama kembali” dengan skor 78% dari responden. Berdasarkan hasil tersebut diharapkan layanan jasa asrama dapat meningkatkan kinerja karyawannya sehingga mahasiswa akan menggunakan layanan jasa asrama kembali.
 3. PT. Trengginas Jaya tidak memiliki SOP, sebaiknya perusahaan PT. Trengginas Jaya memiliki SOP agar tenaga yang dipekerjakan mempunyai standar kualitas dalam pekerjaannya melalui service yang baik.

Saran Bagi Peneliti Selanjutnya:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan meneliti jasa layanan *Outsourcing* lain dengan menggunakan variabel yang berbeda. Agar penelitian mengenai jasa layanan *Outsourcing* lebih bervariasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, karena masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu sebesar 38,5%.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sunyoto, Danang . 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS
- [2] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc*
- [3] Setyaningrum. (2015) *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [4] Tjiptono, Fandy, 2017, *Pemasaran Jasa*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- [5] Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- [6] Zainal, Veithzal Rivai, dkk. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*. Depok. PT Rajagrafindo Persada
- [7] Kris H. Timotius. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian*, ANDI, Yogyakarta.
- [8] Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- [9] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- [10] Priansa, Doni Juni (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Cetakan Pertama)*. Bandung: CV Pustaka Setia
- [11] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta
- [12] Hidayat, Agus Maolana, Nellyaningsih, dan Rahmat Hidayat. (2014) *The Role's Of Service Quality Dimension And Perceived Values For Increasing*

Customer Loyalty. *International Journal of Business and Management Study*, 1, 2372-3955

- [13] Lutfie, Harrie, Rahmat Hidayat, Nellyaningsih, Liming, Dantong Ouyang.(2018). Assessing Determinants of Service Quality on Customer Satisfaction: Study Case of Superindo Minimarket. *Advanced Science Letters*, 24(4),2840-2843
- [14] Robiansyah, (2017) *Budaya Pelayanan dan Pengukuran*. ResearchGate.

Website

- www.trengginasjaya.com
 www.indotrading.com
 www.pppmanajemensurvei.ac.id