



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI PT MAYORA INDAH TBK
CABANG KOTA SUKABUMI**

Skripsi

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Global Jakarta



Disusun Oleh:

Ahmad Taufik Lubis

183402001

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UUNo. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Depok, 28 Noyember 2022
Mahasiswa,



Ahmad Taufik Lubis
183402001

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Ahmad Taufik Lubis
NIM : 183402001
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pembimbing dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt (.....) 

Pembimbing 2 : Dr. Muhammad Zulkifli, ST., M.Si (.....) 

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 28 November 2022

KATA PENGANTAR

Skripsi ini diajukan oleh

Nama

: Ahmad Taufik Lubis

NIM

: 183402001

Program Studi

: Manajemen

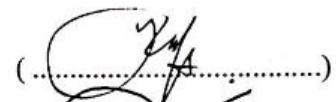
Judul Skripsi

: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi

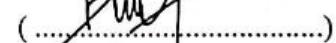
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PENGUJI

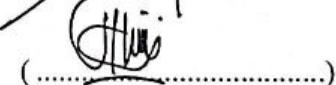
Pengaji 1 : Yuni Pambreni S.S.T.,M.Mgt



Pengaji 2 : dr. Dedy Nugroho, MARS., Ph.D



Pengaji 3 : Alfi Maghfuriyah,S.S.T.,M.Sc



Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 26 November 2022

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan terimakasih kepada tuhan yang maha esa, karena dengan bantuan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana jurusan manajemen. Dalam penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi”**.

Penulis telah banyak menerima sumbangan pikiran dan bimbingan dari berbagai pihak. Tak ada kata-kata ataupun ungkapan yang paling tepat selain ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt, menjadi pembimbing 1 yang telah membantu dalam memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
 2. Bapak Dr. Muhammad Zulkifli, ST., M.Si, Selaku pembimbing 2 yang telah membantu dalam memberikan arahan dalam penyusunan skripsi
 3. Kepada kepala cabang Mayora Sukabumi, yang telah membantu dalam pengumpulan data.
 4. Kepada orang tua, istri serta putra putri yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan dorongan
 5. Tidak lupa sahabatku yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya
- Semoga tuhan yang maha esa, senantiasa memberikan balasannya yang setimpal kepada semua pihak yang telah memberikan kebaikan dan ketulusan atas segala hal yang penulis peroleh selama ini, Amin.

Depok, 28 November 2022

Penulis

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Global Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Taufik Lubis
NIM : 183402001
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Global Jakarta **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (None-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT MAYORA INDAH TBK CABANG KOTA SUKABUMI

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Non-eksklusif ini Universitas Global Jakarta berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok, 28 November 2022
Yang menyatakan,



Ahmad Taufik Lubis
183402001

ABSTRAK

Pelayanan dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan keinginan atau kebutuhan penerima layanan, untuk mengetahuinya perlu dilakukan pengukuran dan penilaian dari pengguna layanan. Kualitas pelayanan berhasil dibangun, apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang dilayani, sehingga citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati jasa, sehingga mereka lah yang seharusnya menentukan standar kualitas pelayanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian pelanggan yang diberikan terhadap pelayanan merupakan penilaian menyeluruh, sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan pelanggan.

Disisi lain kepuasan konsumen, pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen, perhatian terhadap kepentingan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci utama untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat, perusahaan juga dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen

ABSTRACT

Service can be said to be of high quality if it is in accordance with the wishes or needs of service recipients, to find out it is necessary to measure and assess service users. The quality of service is successfully built, if the services provided to customers get recognition from the parties served, so that a good quality image is not based on the point of view or perception of the service provider, but based on the customer's point of view or perception. Customers who consume and enjoy services, so they are the ones who should determine service quality standards. Customer perception of service quality or service is a comprehensive assessment of the superiority of a service. The process of determining a quality of service provided is an assessment of the service recipient based on the customer's point of view and perception of the services provided. The customer's perception of the assessment given to the service is a comprehensive assessment, so it can be said that a quality service is a service based on customer satisfaction.

On the other hand, customer satisfaction, service is also the main factor affecting customer satisfaction, attention to interests and satisfaction with service are the main key factors for business success in the midst of an increasingly competitive climate, companies are also required to continue to make improvements, especially in the quality of their services, because the quality of service has a close relationship with consumers.

Keywords: Service Quality and satisfaction customers

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Hipotesis Penelitian.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	10
2.1.2 Fungsi Manajemen.....	11
2.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.2 Konsep Inti Pemasaran.....	13
2.2.3 Bauran Pemasaran dan Bauran Pemasaran Jasa.....	15
2.3 Kualitas Pelayanan	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	17
2.3.3 Karakteristik Pelayanan Jasa.....	17
2.4 Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.2 Faktor-Faktor Menentukan Kepuasan Konsumen	20
2.4.3 Elemen Kepuasan Konsumen	20
2.4.4 Manfaat Kepuasan Konsumen	21
2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen.....	22

BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	24
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	24
3.1.2	Struktur Organisasi.....	25
3.2	Metodelogi Penelitian	26
3.2.1	Prosedur Penelitian.....	26
3.2.2	Desain Penelitian.....	26
3.2.3	Unit Analisis.....	27
3.2.4	Populasi dan Sampel	27
3.2.4.1	Populasi.....	27
3.2.4.2	Sampel.....	27
3.2.5	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.2.6	Operasional Variabel.....	30
3.2.7	Instrumen Penelitian.....	32
3.2.8	Hipotesis Statistik.....	32
3.2.9	Metode Analisa Data.....	33
3.2.9.1	Uji Validitas Data.....	33
3.2.9.2	Uji Reliabilitas Data.....	34
3.2.10	Analisis Statistik	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2	Hasil Uji Instrumen.....	40
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	40
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.3	Hasil Pembahasan	43
4.3.1	Deskripsi Kualitas Pelayanan di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi	43
4.3.2	Deskripsi kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi	54
4.3.3	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi.....	62

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	65
5.2	Saran	66

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang sangat besar serta perebutan pangsa pasar semakin ketat membuat perusahaan harus melakukan berbagai macam strategi untuk meningkatkan dan mengembangkan produknya, dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama dalam menjalankan sebuah aktivitas bisnis yaitu umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi konsumen atau *customer orientation*, khususnya pada dunia bisnis yang bergerak dibidang produk, kepuasan konsumen merupakan elemen penting dan juga penentu dalam mempertahankan, maupun menumbuh kembangkan perusahaan, kepuasan konsumen merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar, namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Pelayanan dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan keinginan atau kebutuhan penerima layanan, untuk mengetahuinya perlu dilakukan pengukuran dan penilaian dari pengguna layanan. Kualitas pelayanan berhasil dibangun, apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang dilayani. sehingga citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.

Pelanggan yang mengkonsumsi dan menikmati jasa, sehingga mereka lah yang seharusnya menentukan standar kualitas pelayanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian pelanggan yang diberikan terhadap pelayanan merupakan penilaian menyeluruh, sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan pelanggan.

Disisi lain kepuasan konsumen, pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen, perhatian terhadap kepentingan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci utama untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat, perusahaan juga dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan konsumen.

Fenomena yang terjadi di PT Mayora Indah Tbk Cabang Sukabumi Kota adalah tingkat kepuasan konsumen terjadi penurunan, terlihat dari menurunya jumlah konsumen yang menggunakan produk di PT Mayora Indah Tbk Cabang Sukabumi Kota, penurunan ini terjadi adanya keluhan-keluhan konsumen seperti kurangnya kesiapan petugas dalam memberikan informasi yang akurat, kurang cepat tanggap dari petugas dalam memberikan pelayanan, tidak tepat waktu dalam memberikan pelayanan, terkadang petugas kurang jelas dalam menyelesaikan

persoalan jika ada konsumen yang komplain. Untuk lebih jelasnya jenis keluhan tersebut di atas dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1.1
Keluhan Konsumen PT Mayora Indah Tbk Cabang Sukabumi Kota
Tahun 2019-2021

No	Kriteria Keluhan	Target	Tahun		
			2019	2020	2021
1.	Petugas kurang cepat tanggap	< 10%	24 %	20 %	22 %
2.	informasi kurang jelas kepada konsumen		20 %	20 %	21 %
3.	Petugas lambat dalam hal pelayanan		15 %	15 %	13 %
4.	Tidak tepat waktu		14 %	14 %	17 %
5	Komunikasi yang kurang efektif		25 %	25 %	25 %
6	Return Barang		80 %	80 %	85 %
7	Pengiriman /Jasa kirim		80 %	75 %	80 %
8	Diskon/Price List		24 %	20 %	22 %

Sumber : Frontier 2022

Berdasarkan penjelasan pada tabel di atas, dapat diketahui dari semua aspek kriteria rata-rata mengalami peningkatan pada tahun sebelumnya seperti cepat tanggap mengalami kenaikan sebesar 2%, informasi kepada konsumen sebesar 1%, tidak tepat waktu sebesar 3%, return barang sebesar 5%, pengiriman barang 5% dan price list sebesar 2%. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah tidak adanya evaluasi terhadap karyawan, banyak karyawan yang bekerja di rumah atau WFH (*work From home*) karena adanya pandemic covid-19 sehingga komunikasi dengan konsumen terbatas.

Berdasarkan dari fenomena atau permasalahan tersebut di atas maka penulis tertarik untuk mengajukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi”**.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi
2. Bagaimana kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi

1.3 Maksud dan tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mempelajari, menganalisa dan menyimpulkan apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat digunakan oleh berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain:

- 1. Bagi Penulis**

Sebagai pengalaman berharga dalam mengaplikasikan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pengudi Sukabumi.

- 2. Bagi Akademisi**

Penelitian sebagai salah satu wujud dari Tridarma Perguruan Tinggi, yaitu penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan keilmuan.

- 3. Bagi Intansi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran yang lebih baik mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61).

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:65), ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

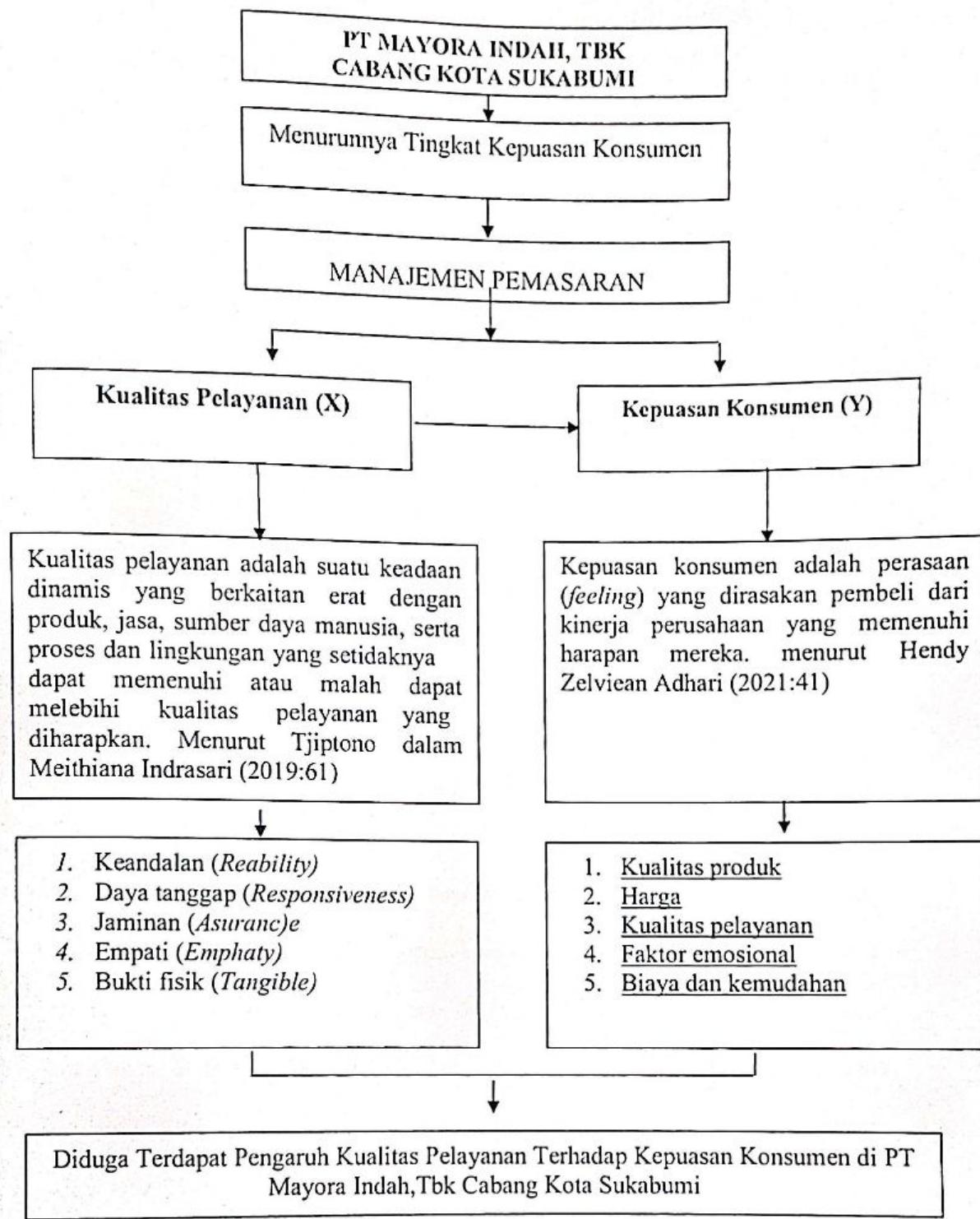
1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti fisik (*Tangible*)

Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan (feeling) yang dirasakan pembeli dari kinerjaperusahaan yang memenuhi harapan mereka, menurut HENDY ZELVIEAN ADHARI (2021:41).

Menurut Kotler dan Keller dalam HENDY ZELVIEAN ADHARI (2021:41) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk
2. Harga
3. Kualitas pelayanan
4. Faktor emosional
5. Biaya dan kemudahan

Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan (Meithiana Indrasari, 2019:62). Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan. Kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat dan digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut :



Sumber : Diolah Sendiri

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Dari gambar kerangka pemikiran tersebut di atas, dijelaskan bahwa kualitas pelayanan sebagai bagian yang penting dalam dunia pemasaran kemudiandianalisis apakah perusahaan membutuhkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka kemudian dilakukan strategi pemasaran yang terpadu untuk peningkatan kepuasan konsumen. pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dapat diperjelas lagi melalui gambar paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.2
Paradigma Penelitian

Keterangan :

X = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Konsumen

1.6 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:93) Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian kualitatif tidak merumuskan hipotesis tetapi menemukan hipotesis. Berdasarkan pengertian di atas maka hipotesis dari penelitian ini adalah: "Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Mayora Indah Tbk Cabang Kota Sukabumi".

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Mayora Indah,Tbk yang beralamat di Jln. Tomang Raya 21-23, Jakarta Barat (Gedung Mayora) sedangkan untuk Gudang Cabang Sukabumi beralamat di Jalan Lingkar Selatan Sukabumi. penulis melakukan penelitian mulai bulan Maret 2022 s.d Agustus 2022.

Tabel 1.5
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2022					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agst
1.	Pra penelitian	X					
2.	Pengumpulan Data	X	X	X	X		
3.	Analisis Data			X	X	X	
4.	Penyusunan Laporan			X			
5.	Sidang Usulan Penelitian	X					
6.	Bimbingan dan Perbaikan			X	X	X	
7.	Sidang Skripsi						X

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari Zelvian Hendy. 2021. Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust. Cetakan Pertama. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012 Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ginting N. 2015. Manajemen Pemasaran . Bandung : Yrama Widya
- Herlambang Susatyo. 2013. Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Hasibuan, Malayu S.P, 2011. Manajemen SDM. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrasari Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Jawa Timur : Unitomo Press
- Kasmir. 2013. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok
- Keith Butterick. 2014. Pengantar Public Relations Teori dan Praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler Philip. 2000. Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Yogyakarta: Grama Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta
- Peter, J Paul dan Olson, J.C.2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Salemba Empat
- Priansa Juni Donni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia
- Rismi Somad. 2014. Manajemen Supervisi dan Kepemimpinan Kepala Sekolah. Bandung: Alfabetika

Sudibyo Bambang. 2004. Pengantar Metodologi Penelitian. Universitas Nasional
Pasim

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.
Alfabeta. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.
Alfabeta. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.
Alfabeta. Bandung: Alfabeta

Tjiptono Fandy. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi
Offset, Yogyakarta