

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA NOMINAL CAFE**

***INFLUENCE OF SERVICE AND PRODUCT QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION
NOMINAL CAFE ON***

Rani Wahyuni¹, Sixson Roberto Simangunsong²
Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma
Corresponden Email: msixson@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen kualitas pelayanan dan produk terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan menggunakan metode analisis data menggunakan uji T dan uji F. Data yang terkumpul diolah dan diuji untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan nilai uji t sebesar 2,686 yang lebih besar dari ttabel sebesar 0,198 dan nilai signifikansi 0,009 yang lebih kecil dari α 0,05. Selain itu, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel produk juga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dengan nilai uji t sebesar 18,242 yang lebih besar dari ttabel sebesar 0,198 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α 0,05. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa baik variabel kualitas pelayanan maupun variabel produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman hubungan antara variabel-variabel tersebut dan implikasinya bagi bidang studi yang relevan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the independent variables service quality and product on the dependent variable customer satisfaction using data analysis methods, including the T-test and F-test. The collected data were processed and tested to assess the significance of the influence of each independent variable on the dependent variable. Partial test results indicate that the service quality variable has a significant impact on the customer satisfaction variable, with a t-test value of 2.686, which is greater than the t-table value of 0.198, and a significance value of 0.009, which is less than α 0.05. Additionally, hypothesis testing results show that the product variable also has a significant positive impact on the customer satisfaction variable, with a t-test value of 18.242, which is greater than the t-table value of 0.198, and a significance value of 0.000, which is less than α 0.05. Based on these findings, it can be concluded that both service quality and product variables significantly affect customer satisfaction. This study provides important contributions to understanding the relationships between these variables and their implications for relevant fields of study.

Keywords: Service Quality, Product, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Industri jasa, terutama dalam sektor layanan makanan dan minuman seperti kafe semakin menjadi bagian penting dari perekonomian modern. Kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menyediakan makanan dan minuman, tetapi juga sebagai tempat untuk

berkumpul, berinteraksi, dan menghabiskan waktu luang. Dalam persaingan yang semakin ketat di pasar ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Nominal Cafe sebagai adalah sebuah tempat tongkrongan yang tergolong baru yang dibangun pada bulan

Agustus 2020. Meskipun tergolong baru, cafe ini sudah mulai banyak dikunjungi oleh para penikmat dan pengunjung yang sekedar ingin nongkrong atau menikmati suasana cafe. Selain itu cafe ini juga banyak dikunjungi oleh mahasiswa dan pebisnis yang ingin membahas tentang pekerjaan atau mengerjakan tugas. Nominal Cafe terletak di Jl. Dr. Mansyur No. 51, Padang Bulan Selayang I, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20153. Nominal Cafe menyajikan berbagai varian menu yang modern dan harga yang terjangkau. Tempat yang luas dengan interior menarik menjadi nilai tambah bagi Nominal Cafe. Di cafe ini terdapat fasilitas umum seperti parkir mobil dan motor, free Wi-Fi, terdapat ruang *meeting room*, AC, Musholla, *live music*, dan lain-lain.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ajisakti et al., 2022) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Cafe Silol. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Silol. Penelitian menyatakan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor seorang pelanggan dalam memutuskan membeli produk. Kualitas pelayanan juga mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa sehingga kualitas pelayanan berhubungan erat dengan nilai dari kepuasan pelanggan.

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan di Nominal Cafe. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen kafe dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif.

Kajian Pustaka

Pengertian Kualitas

Menurut Goetsch dan Davis (2005), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan.

Sedangkan menurut Rosianasfar (2013), kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu.

Pengertian Pelayanan

Menurut Wibowati (2020) pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan baik untuk perusahaan itu sendiri maupun pelanggan.

Sedangkan menurut Arianto (2018) pelayanan adalah berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Sedangkan menurut Goesth dan Davis (2019) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan konsumen.

Pengertian Produk

Menurut Wardhana (2021) produk dapat berupa jasa (*service*), barang (*goods*), kegunaan (*utilities*), tidak hanya barang berwujud atau jasa namun segala sesuatu yang berhubungan dengan apa yang ditawarkan produsen.

Sedangkan menurut Tjiptono (2016)

produk merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok, produk fisik, dan kemasannya, serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Priharto (2020) kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan.

Sedangkan menurut Kotler et, al., (2021) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan.

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh penulis secara langsung dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner, dan pernyataan-pernyataan mengenai kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan pada Nominal Cafe.

Populasi menurut Handayani (2020) populasi adalah totalitas dari setiap

elemen yang akan diteliti yang memiliki cara sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 6.702 orang yang membeli produk Nominal Cafe selama tiga bulan terhitung dari Januari-Maret 2024. Metode pengambilan sampel menurut Suharsimi Arikunto (2010: 112) bahwa besarnya sampel ditentukan dengan berdasarkan pada jumlah populasi, jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Sampel menurut Arikunto (2019: 109) adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian dimaknai sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan data yang diperoleh populasi Nominal Cafe selama tiga bulan terhitung dari Januari-Maret 2024 sebanyak 6.702 orang. Dari populasi tersebut diambil sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin sehingga jumlah sampel penelitian adalah 99 orang konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji validitas

Variabel Kualitas Pelayanan				
Variabel X_1	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
X11	0,713	0,197	0,000	Valid
X12	0,754	0,197	0,000	Valid
X13	0,812	0,197	0,000	Valid
X14	0,844	0,197	0,000	Valid
X15	0,778	0,197	0,000	Valid
X16	0,711	0,197	0,000	Valid
X17	0,730	0,197	0,000	Valid
X18	0,760	0,197	0,000	Valid
X19	0,756	0,197	0,000	Valid
X20	0,748	0,197	0,000	Valid

Variabel Produk				
Variabel X2	rhitung	r _{tabel}	Sig	Keterangan
X21	0,669	0,197	0,000	Valid
X22	0,822	0,197	0,000	Valid
X23	0,708	0,197	0,000	Valid
X24	0,720	0,197	0,000	Valid
X25	0,795	0,197	0,000	Valid
X26	0,703	0,197	0,000	Valid
X27	0,766	0,197	0,000	Valid
X28	0,654	0,197	0,000	Valid
Variabel Keputusan Pembelian				
Variabel Y	rhitung	r _{tabel}	Sig	Keterangan
Y1	0,783	0,197	0,000	Valid
Y2	0,744	0,197	0,000	Valid
Y3	0,838	0,197	0,000	Valid
Y4	0,762	0,197	0,000	Valid
Y5	0,744	0,197	0,000	Valid
Y6	0,801	0,197	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Setiap pernyataan dalam item memiliki koefisien validitas yang melebihi nilai r_{tabel} 0,197, seperti yang terlihat dalam hasil uji validitas pada tiga tabel sebelumnya. Karena itu, variabel-variabel tersebut dianggap sesuai untuk digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut:

1. Jika r_{alpha} positif $> r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r_{alpha} negatif $< r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
 - a. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$ maka reliabel.
 - b. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,6$ maka tidak reliabel.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$ (Ghozali, 2011:48).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10
.876	8
.867	6

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Diketahui *Cronbach alpha* sebesar 0,917 $> 0,50$ berdasarkan tabel yang diberikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan reliabilitas instrumen sama dengan uji r yang menjadi dasar

pengambilan keputusan.

Diketahui *Cronbach alpha* sebesar 0,876 $> 0,50$ berdasarkan tabel yang diberikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan reliabilitas instrumen sama

dengan uji r yang menjadi dasar pengambilan keputusan.

Diketahui *Cronbach alpha* sebesar $0,867 > 0,50$ berdasarkan tabel yang diberikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan reliabilitas instrumen sama dengan uji r yang menjadi dasar pengambilan keputusan.

Analisis Regresi Berganda

Uji ini bertujuan agar memahami dampak dari kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan di Nominal Cafe. Hasil beberapa uji regresi linier untuk masing-masing variabel disajikan pada tabel:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.223	.548		18.661	.000
	Kualitas_Pelayanan	.046	.017	.126	2.686	.009
	Produk	.396	.022	.854	18.242	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil olah data 2024

Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 10,233 + 0,046 X_1 + 0,396 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

$b_{1,2}$ = Koefisien regresi variabel X

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Produk

e = Error of term (variabel yang tidak diteliti)

Dimana:

1. $a = 10,233$. Artinya apabila bauran pemasaran sebesar 0, maka kepuasan pelanggan sebesar 10,233. Hasil ini signifikan pada standar error 5%.

2. $b_1 = 0,046$. Artinya dengan asumsi kualitas pelayanan bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan produk sebesar 1 satuan akan mengalami peningkatan pada kepuasan pelanggan sebesar 0,046.

Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t.

3. $b_2 = 0,396$. Artinya dengan asumsi produk bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan mengalami peningkatan pada kepuasan pelanggan sebesar 0,396. Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t.

Uji T

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, dengan kriteria:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya secara parsial penelitian berpengaruh.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak. Artinya secara parsial penelitian tidak berpengaruh.

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.223	.548		18.661	.000
	Kualitas_Pelayanan	.046	.017	.126	2.686	.009
	Produk	.396	.022	.854	18.242	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil olah data, 2024

Berikut nilai hitung regresi menggunakan uji t, yang terlihat dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25:

- Dengan nilai sig 0,000, nilai t_{hitung} 2,686 pada kualitas pelayanan melebihi t_{tabel} 0,198 ($2,686 < 0,198$). Oleh karena itu, karena nilai signifikansi melebihi ambang batas 5% dengan menggunakan batas 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasilnya, hipotesis pertama terkait pengaruh kualitas pelayanan berdampak cukup besar pada kepuasan pelanggan.
- Dengan tingkat signifikansi 0,000, harga X_2 memiliki nilai t_{hitung} 18,242, melebihi nilai t_{tabel} 0,198 ($18,242 > 0,198$). Oleh karena itu, karena nilai

sig terletak pada taraf 5% menggunakan batas 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasilnya, hipotesis kedua terkait pengaruh harga berdampak cukup besar pada variabel Y.

Uji F

Uji F (uji statistik secara simultan) bertujuan untuk mengidentifikasi apakah garis regresi dapat digunakan sebagai penaksir, kriteria pengambilan keputusan:

- H_0 diterima atau H_a ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$.
- H_0 ditolak atau H_a diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.744	2	166.872	462.316	.000 ^b
	Residual	34.651	96	.361		
	Total	368.395	98			

a. Dependent Variable: Y12

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: Hasil olah data 2024

Pada perhitungan menggunakan SPSS 25 seperti yang telah dijelaskan di atas, F_{hitung} sebesar 462,316. Lalu, nilai ini dibandingkan pada F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5%. Dengan demikian, $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($462,316 > 2,70$) mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan adanya dampak signifikan antara bauran pemasaran dengan variabel Y.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat, semakin besar nilai koefisien determinasi, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2) besar terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.952 ^a	.906	.904	.60079
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1				

Sumber: Hasil olah data 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,906. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y adalah sebesar 90,6% dengan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari hasil yang terkumpul dan hasil uji menggunakan metode regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan:

1. Atas hasil uji di atas, ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel X_1 kepada variabel Y. Dan diperkuat dengan nilai uji t yang membuktikan terhadap H_0 ditolak dan terhadap H_a diterima ($t_{hitung} 2,686 > t_{tabel} 0,198$ dan sig. $0,009 < \alpha 0,05$).
2. Temuan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa produk (X_2) memiliki dampak positif yang cukup besar pada variabel Y. Dapat dilihat dari nilai uji t yang membuktikan terhadap H_0 ditolak dan terhadap H_a diterima ($t_{hitung} 18,242 > t_{tabel} 0,198$ dan sig. $0,000 < \alpha 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Ajisakti, W., Bagus, I., & Udayana, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Silol Effect Of Service Quality , Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In Yogyakarta Yogyakarta Silol Cafe. *Ebbank*, 12(1), 1–16.
- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa ISSN : 2442-5826 e-Proceeding of Applied Science : Vol.9, No.2 April 2023 | Page 625 Bintaro. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan* 0 20 40 60 80 100 TP I TP II TP III Tahap Pengembangan I, II, dan III TPI TP II TP III Pendas : *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, ISSN Cetak : 2477-2143 ISSN Online : 2548-6950 Volume 08 Nomor 03, Desember 2023 936 Praktik. Jakarta: Rineka Cipta, 109.
- Arikunto, Suharsimi (2010). Analisis Usahatani Bawang Merah (*Allium cepa* L.) di Desa Pandan Bole Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. (2021): Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Ferdinand (2011). STRATEGI MENINGKATKAN LOYALITAS SIKAP DAN LOYALITAS PEMBELIAN. (2021). (n.p.): Penerbit Adab.
- Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goesth & Davis (2019). Relevansi antara Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Produk Dengan Tarif (Biaya Tol) Sebagai Alternatif Pendukung Untuk Kepuasan Pengguna Jalan Tol. (n.d.). (n.p.): Penerbit Adab.
- Goetsch & Davis (2005). *BISNIS*

- DIGITAL: CV. AZKA PUSTAKA.
- Simangunsong, S. R. (2023). Analisis Dampak Inflasi dan Angkatan kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Utara. *Jurnal Multimedia dan Teknologi Informasi (Jatilima)*, 5(02), 165-170.
- Gulo (2022). METODOLOGI PENELITIAN: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Handayani (2020). Metodologi Penelitian Pendidikan Jasmani. (n.p.): Uuwais Inspirasi Indonesia.
- Hondro, Wati (2022). Keputusan Pembelian Produk. (n.p.): PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ida Wibowati, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Adminika*, 7(1).
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (1st ed., Vol. 1). Unitomo Press.
- Kotler (2019). TRANSFORMASI PEMBANGUNAN MELALUI PELAYANAN PUBLIK. (2022). (n.p.): CV Pena Persada.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). *Marketing management: an Asian perspective*.
- Simangunsong, S., Maipita, I., & Hutasuht, S. (2023, January). The Development of Higher Order Thinking Skill Test Instrument based Problem Based Learning to Improve Creative Thinking of the XIth Grade of SMK Negeri 1 Sosorgadong Tapanuli Tengah Academic Year 2022/2023. In *Proceedings of the 4th International Conference on Science and Technology Applications, ICoSTA 2022, 1-2 November 2022, Medan, North Sumatera Province, Indonesia*.
- Priharto, S. (2020, Agustus 3). Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis. Retrieved Desember 4, 2020, from accurate.id: <https://accurate.id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>
- Rosianasfar (2013). *Production & Management: Kualitas dan Total Quality Manaement*, <http://scm.aurino.com/kualitas-dan-total-quality-management/>
- Naibaho, S. S., & Simangunsong, S. R. (2022). Indonesia Gudang Nikel, Indonesia Memimpin Transisi Energi. *BANGKIT PERKASA* 2, 49.
- Sugiharto, Sitinjak, (2006), *lisrel*, cetakan pertama yogyakarta, penerbit Graha Ilmu.
- Simangunsong, S. R., Tanjung, A. A., & Siahaan, S. D. N. (2021). Analisis Dampak Dana Desa dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 8-12.
- Simangunsong, S. R., Tanjung, A. A., & Siahaan, S. D. N. (2021). Analisis Dampak Dana Desa dan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Tapanuli Tengah. *JOURNAL OF BUSINESS AND ECONOMICS RESEARCH (JBE)*, 2(1).
- Simangunsong, S. R., Siahaan, S. D. N., & Pramana, D. (2021, February). The Effect of Online Explaining Skills on Teacher Competence. In *1st International Conference on Character Education (ICCE 2020)* (pp. 267-270). Atlantis Press.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono (2016). *Pemasaran Jasa: Pengertian Dan Perkembangan*. (n.d.). (n.p.): Cipta Media Nusantara

(CMN).

- Simangunsong, S. R., & Sinaga, E. D. (2019). PENGARUH STRATEGI PEMBELAJARAN ACCELERATED LEARNING TERHADAP HASIL BELAJAR AKUNTANSI SISWA KELAS XII IPS SMA NEGERI 1 BARUS.
- Wardhana (2021), MANAJEMEN PEMASARAN. (2023). (n.p.): Basya Media Utama.
- Simangunsong, S. R., & Siahaan, S. D. N. (2022). Efektivitas Pembelajaran Daring Melalui Penerapan Model Pembelajaran Problem Based Learning Berbasis Online Pada Mata Kuliah Kewirausahaan.