

---

## **PENGARUH PROSEDUR PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MPI GROUP PRINTING DAN ADVERTISING KOTA MADIUN**

**Siswanto<sup>1</sup>, Priyo Utomo<sup>2</sup>, Indah Setyowati<sup>3</sup>**  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya<sup>1,2</sup>  
STP Satya Widya, Surabaya<sup>3</sup>

Email : [siswanto.stiepemuda@gmail.com](mailto:siswanto.stiepemuda@gmail.com)<sup>1</sup> [priyoutomo.stiepemuda@gmail.com](mailto:priyoutomo.stiepemuda@gmail.com)<sup>2</sup>  
[indah.setyowati@stpsatyawidya.ac.id](mailto:indah.setyowati@stpsatyawidya.ac.id)<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

MPI Group Printing dan Advertising adalah perusahaan jasa yang berada di kota madiun yang berdiri sejak 9 tahun yang lalu dan fokus dibidang digital printing, percetakan, periklanan dan konveksi. Perusahaan percetakan semakin mudah bagi keberadaannya, baik dari segi pencetakan, operasionalisasi dan desain teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh prosedur layanan untuk kepuasan pelanggan imprimerie dari kelompok MPI dan periklanan kota Madiun. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan di MPI Group Madiun. Sampel penelitian ini adalah 150. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling atau sampel acak. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian kepentingan 5% menunjukkan bahwa ada pengaruh antara prosedur layanan untuk kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan dari uji uji  $t > T$  tabel = 4,805 > 1 646. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara prosedur pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan perusahaan memberikan prosedur pelayanan secara baik, ramah, ketepatan waktu serta memperhatikan harga produk. Apabila pelayanan yang di berikan sudah sesuai prosedur yang ada maka akan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan yang sangat menguntungkan perusahaan, karena jika Semakin tinggi prosedur layanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Prosedur Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.**

### **ABSTRACT**

*MPI Group Printing and Advertising is a service company located in the city of Madiun which was founded 9 years ago and focuses on digital printing, printing, advertising, and convection. Printing companies are getting easier for their existence, both in terms of printing, operationalization, and technological design. This study aims to determine the effect of service procedures on Imprimerie customer satisfaction from the MPI group and Madiun city advertising. This type of research is descriptive quantitative. The population of this research is the customers in MPI Group Madiun. The sample of this study was 150. Sampling using random sampling techniques or random samples. Data were collected using a questionnaire. Data analysis using simple linear regression analysis techniques. The results of the 5% interest study indicate that there is an influence between service procedures for customer satisfaction, which is*

---

*shown from the t test > T table = 4.805 > 1.646. It can be concluded that in this study there is an influence between service procedures on customer satisfaction. The company is expected to provide good, friendly, punctual service procedures and pay attention to product prices. If the services provided are following existing procedures, it will further increase customer satisfaction which greatly benefits the company, because if the higher the service procedure, the higher customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Procedure, Customer Satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Penelitian di salah satu perusahaan jasa yang ada di Madiun, yaitu MPI Group Printing dan Advertising Kota Madiun. MPI Group Printing dan Advertising adalah perusahaan jasa yang berada di Kota Madiun yang berdiri sejak 9 tahun yang lalu dan fokus dibidang digital printing, percetakan, periklanan dan konveksi. Perusahaan percetakan semakin mudah bagi keberadaannya, baik dari segi percetakan, operasionalisasi dan desain teknologi. Tidak hanya cukup untuk mencetak layanan, percetakan juga memberikan perhatian khusus pada desain setiap produk. (Benny, 2012: 11). memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan memperkerjakan tenaga yang berkompeten di bidangnya. Selain itu perusahaan juga melengkapi diri dengan berbagai mesin dan perlengkapan terkini. Karena kualitas adalah hal yang utama, maka kami memberlakukan quality control berlapis. Selain perlengkapan yang utama kami juga mengutamakan prosedur pelayanan dari Perusahaan karena prosedur layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dapat berbicara di sektor jasa, ini mengukur pengukuran untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada masyarakat (LARAS, 2017). Dan dalam hal ini, prosedur layanan adalah kualitas yang terkait dengan ekspektasi pelanggan dan pelanggan yang memuaskan, penting untuk mendengarkan suara pelanggan, kemudian membantu merumuskan kebutuhannya. Jadi Sebuah perusahaan akan mendapatkan persaingan jika dapat menciptakan nilai dan memberikan kepuasan pelanggan dengan pengiriman produk-produk layanan berkualitas dan harga yang kompetitif, karena prosedur layanan masyarakat yang memuaskan ini akan memuaskan dan perasaan nyaman bagi pelanggan (Lovelock dan Wirtz 2011). Oleh karena itu prosedur pelayanan dari Perusahaan di MPI Group Printing dan Advertising harus berperan aktif untuk melayani pelanggan. Memahami pentingnya mengubah citra perusahaan untuk lebih meningkatkan merek dagang dan kepercayaan, maka prosedur

layanan perusahaan adalah prioritas untuk mengubah citra terbaik yang diperlukan untuk dibuat oleh Perusahaan (Kotler dan Armstrong. 2012). Ini dibuat untuk membedakan perusahaan komposer lain untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi Perusahaan dalam persaingan. Karena karakteristik kota kota Madiun lebih sensitif terhadap layanan ini. Permintaan layanan dalam hubungan kepuasan di setiap segmen regional relatif berbeda. Perbedaan dalam karakteristik harmonis dari pemilihan pencetakan dan periklanan kelompok MPI di kota Madiun sebagai tempat penelitian. MPI Group Printing dan Advertising telah melakukan ekspansi desain dengan berhasil membuat cukup banyak pelanggan yang puas. Pelayanan MPI Group Printing dan Advertising dikenal dengan antrian yang cukup panjang dan ramai.

Ada persamaan studi pertama sebelumnya dan penelitian saat ini, keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian Wiwik (2017) dalam penelitiannya berjudul pengaruh kualitas layanan frontal (layanan pelanggan, kasir dan keamanan) tentang transaksi kepuasan pelanggan di bank. Perbedaan Pencarian oleh Wiwik (2017) dengan Siswanto (2019) terletak pada, judul pencarian, tempat penelitian, jumlah sampel 50, sedangkan penelitian sekarang menggunakan judul pencarian yang berbeda dan lokasi pencarian, jumlah sampel 150, menggunakan pencarian sampel acak . Analisis metode dan timbangan Likert. Penelitian kedua sebelumnya adalah Laura Tjokrowobowo (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Efek Bisnis Perusahaan dan Layanan Kualitas atas Kepuasan Pelanggan untuk memperkuat kepentingan transaksi (Studi PT. Philip Securities Securities Semarang). Laura Tjokrowobowo (2013) dalam penelitiannya berbeda dari penelitian Siswanto (2019) aktif, judul pencarian, tempat penelitian, jumlah sampel 160 dan metode penelitian menggunakan desain sampling dan analisis regresi sederhana linier. Meskipun penelitian ini sekarang menggunakan berbagai judul pencarian dan lokasi pencarian, jumlah sampel 150, menggunakan metode pencarian acak dan analisis skala lik. Peneliti ini adalah klien dalam pencetakan kelompok MPI dan periklanan kota Madiun dari 150 pelanggan dengan 84 catatan dan 66 pria -Laki.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan deskripsi kuantitatif di mana penelitian ini menyoroti hasil suatu kegiatan. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan yang lebih besar untuk Tes hipotesis, data yang digunakan harus terukur dan menghasilkan polusi umum. Pendekatan ini

menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (Sugiyono, 2013). Penelitian variabel semuanya dibentuk oleh para peneliti untuk belajar sehingga informasi diperoleh pada subjek ini, kemudian kesimpulan (Sugiono, 2017: 38). Definisi operasional dari variabel pencarian: 1) Layanan yang disediakan harus nyata dan merupakan aktor yang merasa langsung oleh pelanggan, sehingga pelanggan dapat merasakan langsung dan merasa puas dengan layanan yang disediakan; 2) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah perbandingan ekspektasi sebelum menggunakan layanan perusahaan / perusahaan memberikan hasil bahwa pelanggan telah dirasakan dari kinerja atau manfaat yang digunakan oleh masyarakat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil angket. pelanggan beban dan periklanan kelompok MPI. Populasi peneliti ini adalah klien dalam percetakan dan periklanan dari kelompok MPI kota Madiun, yang nomor 150 pelanggan dengan rekor 84 wanita dan 66 pria. Penelitian ini menggunakan cara untuk secara langsung mendistribusikan data pada kuesioner ke subjek. Sampel penelitian ini adalah 150 populasi. Penelitian ini akan dibuat, yaitu percetakan kelompok MPI dan periklanan kota Madiun, yang terletak di Jl. Widosari N ° 28, Madiur City, Jawa Timur - 63111. Dalam penelitian ini, skala tangga adalah skala likert "Likert Ladder digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok fenomena sosial" (Sugiono, 2017: 93)..

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Jawaban responden dengan pertanyaan

Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil propagasi 150 salinan dan 2 variabel dalam 25 item pertanyaan. Penelitian ini menggunakan 2 variabel pencarian dengan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari prosedur layanan (X) dan kepuasan klien variabel dependen (Y). Hasil tanggapan responden untuk setiap elemen masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Jawaban responden dengan pertanyaan

Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil propagasi 150 eksemplar dan 2 variabel dalam 25 pertanyaan pertanyaan. Penelitian ini menggunakan 2 variabel pencarian dengan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari prosedur layanan (X) dan

kepuasan klien variabel dependen (Y). Hasil tanggapan responden untuk setiap elemen dari setiap variabel adalah:

1) Prosedur Layanan

Variabel (X) diukur menggunakan 21 poin pertanyaan. Setiap titik titik akan diukur dengan minat pelanggan pada prosedur layanan yang diterapkan oleh Perusahaan. Setiap titik pertanyaan diukur menggunakan frekuensi yang sangat menyenangkan, perjanjian, ketidaksepakatan netral (n), ketidaksepakatan (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Berikut adalah hasil dari deskripsi prosedur layanan variabel.

**Tabel 1. Variabel Prosedur Pelayanan**

Kode Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
PP1	124	22	4	0	0	150
PP2	112	34	1	0	0	150
PP3	98	51	2	0	0	150
PP4	87	60	3	0	0	150
PP5	84	56	10	0	0	150
PP6	76	67	7	0	0	150
PP7	90	57	3	0	0	150
PP8	92	51	7	0	0	150
PP9	94	51	5	0	0	150
PP10	84	55	11	0	0	150
PP11	93	50	7	0	0	150
PP12	91	53	6	0	0	150
PP13	92	52	6	0	0	150
PP14	93	51	6	0	0	150
PP15	91	54	5	0	0	150
PP16	94	50	6	0	0	150
PP17	93	54	3	0	0	150

PP18	94	52	4	0	0	150
PP19	95	49	6	0	0	150
PP20	103	42	5	0	0	150
PP21	93	53	4	0	0	150

Dari hasil jawaban atas pertanyaan tentang prosedur layanan, dapat disimpulkan secara umum bahwa pelanggan MPI Group terutama puas dengan layanan yang disediakan oleh GROUP MPI.

#### 1) Kepuasan Pelanggan

Variabel (Y) diukur menggunakan elemen 4 poin. Setiap titik pertanyaan akan diukur dengan tingkat prosedur layanan untuk kepuasan pelanggan yang diterapkan oleh Perusahaan. Setiap titik pertanyaan diukur menggunakan frekuensi yang sangat menyenangkan, perjanjian, netral (n), ketidaksepakatan (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Berikut adalah hasil dari deskripsi variabel prosedur layanan

**Tabel 2. Variable Kepuasan Pelanggan**

Kode Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
	SS	S	N	TS	STS	
KP 1	91	54	5	0	0	150
KP 2	77	63	10	0	0	150
KP 3	89	53	8	0	0	150
KP 4	91	55	4	0	0	150

Hasil tanggapan responden terhadap elemen pertanyaan kepuasan pelanggan pada umumnya dapat disimpulkan bahwa klien MPI Group merasa sangat puas dengan prosedur layanan yang disediakan oleh MPI Group. Ini disorot oleh tidak adanya pelanggan yang telah Tanggapi secara mendalam tidak setuju dan tidak setuju.

---

**Hasil tanggapan responden terhadap elemen pertanyaan**

Hasil tanggapan responden terhadap elemen pertanyaan kepuasan pelanggan pada umumnya dapat disimpulkan bahwa klien MPI Group merasa sangat puas dengan prosedur layanan yang disediakan oleh MPI Group. Ini disorot oleh tidak adanya responden tentang prosedur layanan.

Atas dasar prosedur layanan pada Tabel 1, dapat dicatat bahwa: 1) Pada pertanyaan Pasal PP1, ada 4 responden yang merespons netral, 22 responden merespons diterima dan 124 responden sangat puas.. Jumlah jawabannya dalam tanggapan yang sangat disepakati kepada 124 responden dan 22 responden menjawab kesepakatan; (2) Pada masalah Pasal PP2, ada 1 responden yang merespons netral, 37 responden merespons diterima dan 112 responden merespons dengan tajam. Jumlah respons terbesar ada dalam respons yang sangat disepakati hingga 112 responden dan 37 responden merespons setuju; 3) Pada masalah Pasal PP3, ada 2 responden yang merespons netral, 51 responden menjawab sepakat dan 98 responden merespons dengan tajam. Jumlah tanggapannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 98 responden dan 51 responden menjawab sepakat; 4) Pada masalah Pasal PP4, ada 3 responden yang merespons netral, 60 responden merespons setuju dan 87 responden menjawab dengan tajam. Jumlah tanggapannya adalah dalam menanggapi 87 responden dan 60 responden merespons setuju. Dalam pertanyaan Pasal PP5, ada 10 responden yang merespons netral, 56 responden merespons diterima dan 84 responden diterima dengan kuat. Jumlah tanggapannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 84 responden dan 56 responden merespons. Pada masalah artikel PP6, ada 17 responden yang merespons netral, 67 responden merespons perjanjian dan 76 responden merespons dengan tajam. Jumlah jawabannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 76 responden dan 67 responden merespons setuju; 5) Pada masalah Pasal PP7, ada 3 responden yang merespons netral, 57 responden merespons setuju dan 90 responden merespons dengan tajam. Jumlah respons terbesar yang ditanggapi telah disepakati dengan tajam hingga 90 responden dan 57 responden menjawab kesepakatan; 6) Pada masalah Pasal PP8, ada 7 responden yang merespons netral, 51 responden merespons diterima dan 92 responden merespons dengan tajam. Jumlah responsnya dalam respons yang sangat disepakati hingga 92 responden dan 51 responden merespons setuju; 7) Pada masalah Pasal PP9, ada 5 responden yang merespons netral, 51 responden merespons disetujui dan 94 responden merespons dengan

tajam. Jumlah tanggapannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 94 responden dan 51 responden menjawab kesepakatan; 8) Pada masalah Pasal PP10, ada 11 responden yang merespons netral, 55 responden merespons setuju dan 84 responden merespons dengan tajam. Jumlah respons terbesar yang ditanggapi disepakati dengan tajam hingga 84 responden dan 55 responden merespons setuju; 9) Pada masalah artikel PP11, ada 7 responden yang merespons netral, 50 responden merespons setuju dan 93 responden merespons dengan tajam. Jumlah respons terbesar yang ditanggapi telah disepakati dengan tajam hingga 93 responden dan 50 responden merespons setuju; 10) Pada masalah artikel PP12, ada 6 responden yang merespons netral, 53 responden merespons perjanjian dan 91 responden merespons dengan tajam. Jumlah jawabannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 91 responden dan 53 responden menjawab kesepakatan; 11) Pada masalah artikel PP13, ada 6 responden yang merespons netral, 52 responden merespons setuju dan 92 responden menjawab dengan tajam. Jumlah respons terbesar yang ditanggapi telah disepakati dengan tajam hingga 92 responden dan 52 responden merespons setuju; 12) Pada masalah Pasal PP14, ada 6 responden yang merespons netral, 51 responden merespons setuju dan 93 responden merespons dengan tajam. Jumlah tanggapannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 93 responden dan 51 responden merespons setuju; 13) PPelanggan Yang menjawab sangat perselisihan dan menjawab ketidaksetujuan.

#### **b. Orang yang dipertanyakan (responden) mengenai kepuasan pelanggan**

Atas dasar kepuasan pelanggan pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa: 1) Pada pertanyaan pertanyaan KP1, ada 5 responden yang merespons netral, 54 responden merespons kesepakatan dan 91 responden menjawab dengan tajam. Baik. Jumlah tanggapannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 91 responden dan 54 responden menjawab sepakat; (2) Pada pertanyaan artikel KP2, ada 10 responden yang merespons netral, 63 responden merespons perjanjian dan 77 responden merespons dengan tajam. Jumlah tanggapannya dalam respons yang sangat disepakati hingga 77 responden dan 63 responden menjawab sepakat; 3) Pada masalah artikel KP3, ada 8 responden yang merespons netral, 53 responden merespons setuju dan 89 responden menjawab dengan tajam. Jumlah tanggapannya dalam tanggapan yang sangat disepakati kepada 89 responden dan 53 responden merespons setuju; 4) Pada pertanyaan artikel KP4, ada 4 responden yang merespons netral, 55 responden merespons setuju dan 91 responden menjawab dengan

tajam. Jumlah jawabannya pada respons yang sangat disepakati hingga 91 responden dan 55 responden merespons.

### Uji t (hipotesis parsial)

Dalam pencarian ini berdasarkan hasil Regresi linier sederhana dan koefisien determinasi tekad dapat dijelaskan kerangka pemikiran teoritis disertai dengan Hasil analisis regresi linier sederhana dan hasil penentuan uji koefisien sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	Undstand Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	Beta	Std. Error			
( Constant)	6.151	2.495		2.465	.015
X	.124	.026	.367	4.805	.000

**Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 16, 2019**

Dalam menentukan tabel t dengan nilai makna 0,05 dan  $df = nk - 1$ . Menggunakan tabel dengan makna 0,05 dan  $df = 150 - 1 - 1 = 148$  mendapat nilai t tabel adalah 1,646. Nilai T akuntansi untuk variabel prosedur layanan 4,805. Nilai angka T lebih besar dari nilai T tabel 1,646. Kemudian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti bahwa prosedur layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lebih atau lebih rendah tingkat prosedur layanan, lebih atau kurang tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam bisnis. Klien dalam kelompok MPI adalah jalur utama perusahaan dalam mengelola kegiatan mereka. Penelitian tentang pengaruh prosedur layanan untuk kepuasan pelanggan MPI Group Madiun memiliki akal penting untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh prosedur layanan yang diterima oleh pelanggan. Tanpa prosedur layanan yang baik dapat menyebabkan penurunan klien perusahaan. Dengan mengetahui pengaruh prosedur layanan untuk kepuasan pelanggan, perusahaan dapat menentukan strategi dengan menyesuaikan prosedur layanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan kepuasan pelanggan akan terkait dengan hasil bisnis perusahaan.

Hasil tes hipotesis menunjukkan bahwa prosedur layanan membutuhkan kelompok kepuasan klien MPI. Ini menunjukkan prosedur layanan yang lebih tinggi, kepuasan pelanggan terbesar. Dengan melihat visi dan misi dari MPI Group Madiun tentang memberikan pelayanan yang prima dan hasil pesanan yang berkualitas tinggi namun harganya tidak tinggi, mengapa demikian? Karena MPI mempunyai komitmen untuk menjadi perusahaan yang bermanfaat oleh orang lain jadi perusahaan ini tidak mengambil banyak keuntungan namun dengan keuntungan yang sedikit tapi customernya banyak dan semakin meningkat, itu akan meningkatkan omzet secara tidak langsung dan tidak lepas dari visi awalnya, Ini akan semakin memperkuat prosedur layanan untuk memiliki efek kuat pada kepuasan pelanggan.

### **Analisis Regresi Linier Sederhana**

Berdasarkan hasil pengolahan dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,151 + 0,124X + e$$

Dari persamaan di atas, dapat ditafsirkan bahwa variabel prosedur layanan memiliki posisi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,124. Setiap penambahan prosedur layanan variabel akan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,124. Nilai intersepsi persamaan adalah 6.151, ini menunjukkan bahwa ketika nilai  $x = 0$ , nilai variabel kepuasan pelanggan adalah 6.151.

### **KESIMPULAN**

Atas dasar analisis bagian sebelumnya dalam penelitian ini, dapat ditarik dari kesimpulan bahwa prosedur Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan MPI Group Printing dan Advertising Kota Madiun. yang ditunjukkan dari hasil uji t hitung  $> t$  tabel = 4,805  $>$  1,646. Apabila pelayanan yang di berikan sudah sesuai prosedur yang ada maka akan Lebih meningkatkan kepuasan pelanggan yang menguntungkan masyarakat, karena jika prosedur layanan tinggi, kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa prosedur pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dari hasil uji t hitung  $> t$  tabel = 4,805  $>$  1,646. Dengan memberikan prosedur pelayanan secara baik, ramah, ketepatan waktu serta memperhatikan harga produk sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan MPI Group Printing dan Advertising Kota Madiun. Prosedur pelayanan adalah Hal

penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, misalnya, tidak ada pengakuan atas perusahaan untuk kepuasan pelanggan, ini akan mengurangi pelanggan. Peneliti memberikan saran pada MPI Group Printing dan Advertisinsg Kota Madiun untuk meningkatkan prosedur pelayanan yang baik, ramah, ketepatan waktu, dan memberikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan supaya dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

Untuk peneliti berikutnya adalah menambah jumlah variable independent serta meningkatkan prosedur pelayanan yang baik, ramah, ketepatan waktu, dan Berikan jaminan keamanan dari produk dan layanan yang disediakan untuk dapat menambahkan informasi tentang semua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexandri, Moh Benny.2012. Manajemen keuangan perusahaan. Bandung, Indonesia: Alfabeta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Lovelock, C dan Jihn Wirtz, 2011. "Pemasaran 7 layanan perspektif". Jakarta Erlangga.
- Sugiono, 2017. Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. BANDUNG: Alfabeta,
- Tjokrowibowo, L.2013.Analisis Pengaruh Kualitas Gambar dan Layanan Perusahaan atas Kepuasan Pelanggan untuk memperkuat kepentingan transaksi (studi cabang PT. Securities Phailip Securities Indonesia) Jurnal Ilmu Pemasaran Indonesia 12 (2). Manajemen Universitas Magister Diponegoro
- Wiwik.2017. Mempengaruhi kualitas layanan frontal (layanan pelanggan, kasir dan keamanan) tentang kepuasan pelanggan. Penelitian tidak dipublikasikan. <http://repository.uinsu.ac.id/3011/>
- Wulandari, l.a.2017.trategi Layanan pertama oleh layanan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan di BNI Bank Syar'ah Purwokerto. Penelitian tidak dipublikasikan. <http://repositry.IINPURWOKERTO.AC.ID/2444/>