PENGARUH PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KSPPS BMT AMANAH RAY MEDAN

Hendarto Hidayat, Cece, Edi Winata

Alumni Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

Program studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen

cecestim@gmail.com, ediwinatarivail1960@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how much influence product and service to customer satisfaction at KSPPS BMT Amanah Ray Medan. The samples are 80 customer KSPPS BMT Amanah Ray Medan, using random sampling. Random sampling is that provides an equal opportunity for every member of the population to be sample. Data analysis using multiple regression test the accuracy of the model (the classical assumption), hypothesis testing use the coefficient of determination (R^2), partial test (t test), and simultaneous test (F test), data processing use SPSS 20. The results showoff the coefficient of determination (R^2) variable product and service are able to explain the existence of the variable customer satisfaction. Partial test, product and service have positive and significant effectto customer satisfaction. Simultaneous test, product and service have positive and significant effect to customer satisfaction.

Keywords : Product, service, and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Keberagaman produk yang ditawarkan produsen membuat kita sebagai konsumen dapat memilih sendiri produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kita. Membenahi, berinovasi dan mendengarkan apa yang dikatakan konsumen menjadi kunci keberhasilan suatu produk dan jasa baik yang sedang maupun yang akan dikembangkan. Seperti yang kita ketahui bahwa tawaran produk dan jasa sudah sangat beragam dewasa ini, terutama pada bagian lembaga keuangan. Selain menawarkan produk tentunya lembaga keuangan juga memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Dari sudut pandang konsumen, produk dan kualitas pelayanan sering dijadikan indikator dalam untuk memilih sesuatu. Produk adalah sesuatu yang dapat atau tidak dilihat wujudnya. Produk yang baik tentunya akan didasari oleh pelayanan yang baik yang diberikan oleh penjualnya. Pelayanan adalah hal yang diberikan oleh seseorang sehingga membuat orang lain merasa diperhatikan. Kepuasan konsumen adalah rasa yang ditimbulkan oleh konsumen atas penggunaan atau pembelian suatu barang. Produk dan pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasastono dan Pradapa (2012) menyimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan Saidani dan Arifin (2012) menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dan minat beli.

Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray Medan?

2. Apakah ada pengaruh pelayanankepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray Medan?
3. Apakah ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray Medan?

Batasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi pada nasabah yang berada di pasar Beruang Medan dalam satu minggu.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh manaproduk dan pelayanan dapat memberikan kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray Medan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada KSPPS BMT Amanah Ray Medan yang dilaksanakan pada bulan April 2017.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:25). Data primer berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan. Selain itu, mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dan kejadian di perpustakaan.
2. Data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau orang lain (Sugiyono, 2012:25). Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer.

Sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Internal
2. Data eksternal

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi Dokumentasi
2. Kuesioner
3. Observasi

Definisi Operasional

Berdasarkan rumusan masalah, maka variable-variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yang terdiri dari produk(X_1) dan pelayanan (X_2);
2. Variable terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu kepuasan konsumen (Y).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	Produk (X_1)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan	1. <i>Reliability</i> (reliabilitas)	Likert
			2. <i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	
			3. <i>Features</i> (fitur)	
2	Pelayanan (X_2)	Mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat	1. <i>Responsiveness</i>	Likert
			2. <i>Competence</i>	
			3. <i>Courtesy</i>	
3	Kepuasan Konsumen (Y)	Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan	1. Kesesuaian harapan	Likert
			2. Minat berkunjung kembali	
			3. Kesediaan merekomendasikan	

Sumber :Daryanto (2013:52), Tjiptono (2012:20), Kotler (2012:49), Tjiptono (2012:32), Zeithaml dan Bitner (2012:75), Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2012:50)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:110) “uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian”. Dikatakan valid jika nilai rhitung $\geq$ rtabel dan dikatakan tidak valid jika nilai rhitung $<$ rtabel.

Menurut Sugiyono (2012:111) “uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen”. Dikatakan reliabel jika nilai *crombach alfa* $>$ 0,6 dan dikatakan tidak reliable jika nilai *crombach alfa* $<$ 0,6.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, sedangkan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan model persamaan: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Dimana:

- Y = Kepuasan konsumen
- X_1 = Produk
- X_2 = Pelayanan
- a = Konstanta
- b_1 = Koefisien regresi variabel produk
- b_2 = Koefisien regresi variabel pelayanan
- e = *Error of term* (variabel yang tidak diteliti)

Kerangka Berpikir

Produk adalah segala hal yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik akan membuat suatu produk bernilai baik. Kepuasan konsumen adalah rasa yang ditimbulkan oleh pengguna suatu barang karena sesuai dengan yang konsumen harapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Novianti dkk (2015) menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang memerlukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan kebenarannya. Hipotesis penelitian ini adalah “ada pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray Medan”.

Pengujian Hipotesis

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji hipotesis penelitian ini digunakan uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh produk dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen, pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%), dengan kriteria:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.

c. Uji Parsial (Uji t)

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

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden memberikan hasil bahwa produk yang ditawarkan berbeda dari yang lain dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Validitas instrumen variabel Produk (X_1)

Nilai Validitas		Kesimpulan
r_{hitung}	r_{tabel}	
0,466	0,221	Valid
0,425		Valid
0,481		Valid

0,577		Valid
0,277		Valid
0,24		Valid

Dari tabel 2.terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel produk (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,221, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrumen pernyataan dari variabel produk yang digunakan valid.

Tabel 3. Validitas instrumen variabel Pelayanan (X_2)

Instrumen	Nilai Validitas		Kesimpulan
	r_{hitung}	r_{tabel}	
Pelayanan 1	0,228	0,221	Valid
Pelayanan 2	0,276		Valid
Pelayanan 3	0,341		Valid
Pelayanan 4	0,432		Valid
Pelayanan 5	0,340		Valid
Pelayanan 6	0,086		Valid

Dari tabel 3.terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrumen variabel harga (x_2) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,221, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrumen pernyataan dari variabel pelayanan yang digunakan valid.

Tabel 4. Validitas instrumen variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Instrumen	Nilai Validitas		Kesimpulan
	r_{hitung}	r_{tabel}	
Kepuasan Konsumen 1	0,345	0,221	Valid
Kepuasan Konsumen 2	0,394		Valid
Kepuasan Konsumen 3	0,264		Valid
Kepuasan Konsumen 4	0,409		Valid
Kepuasan Konsumen 5	0,296		Valid
Kepuasan Konsumen 6	0,234		Valid

Dari tabel 4.terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,221, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrumen pernyataan dari variabel kepuasan konsumen yang digunakan valid.

Uji reliabilitas

Tabel 5. Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alfa</i>	Kesimpulan
1	Produk (X_1)	0,662	Reliabel
2	Pelayanan (X_2)	0,638	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,673	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alfa* seluruh variabel lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray. Berikut ini tabel hasil pengujian regresi linear berganda pada masing-masing variabel yaitu:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Fraction Missing Info.	Relative Increase in Variance
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	13,099	3,046		4,301	,000		
	x1	,189	,085	,242	2,226	,029		
	x2	,281	,111	,275	2,527	,014		

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 13,099 + 0,189X_1 + 0,281X_2$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta kepuasan konsumen sebesar 13,099 artinya jika nilai variabel bebas (X_1 dan X_2) nilainya 0, maka variabel terikat (Y) nilainya sebesar 13,099. Koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray dapat dipengaruhi oleh produk dan pelayanan.

Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,419^a	,176	,154	1,554

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,176 atau 17,6% menunjukkan bahwa variabel produk dan pelayanan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray, sedangkan sisanya 82,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi yang diberikan, lokasi dan lainnya.

b. Uji Simultan (uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	39,615	2	19,808	8,206	,001 ^b
	Residual	185,872	77	2,414		
	Total	225,488	79			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu 8,206 > dari nilai F_{tabel} yaitu 2,72 dan nilai signifikan 0,01 < dari nilai alpha 0,05. Maka keputusan yang diambil H_0 ditolak H_1 diterima. Dengan diterimanya H_1 menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari produk (X_1) dan pelayanan (X_2) mampu menjelaskan keragaman variabel terikat (Y), dengan demikian variabel produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray.

c. Uji Parsial (uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,099	3,046		4,301	,000
	x1	,189	,085	,242	2,226	,029
	x2	,281	,111	,275	2,527	,014

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel produk 2,226 > t_{tabel} 1,991 dan nilai signifikan 0,029 < dari alpha 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel pelayanan 2,527 > t_{tabel} 1,991 dan nilai signifikan 0,014 < dari nilai alpha 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel produk dan pelayanan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan konsumen di KSPPS BMT Amanah Ray, ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,176 atau 17,6%, sedangkan sisanya sebesar 82,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel produk dan pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada STIM Sukma, ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} 8,206 > F_{tabel} 2,72 dengan nilai signifikan 0,001 < dari nilai alpha 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,226 (X_1) dan 2,527 (X_2) > t_{tabel} 1,991 dengan tingkat signifikan 0,029 dan 0,014 < dari alfa 0,005. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Novianti dkk (2015) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen", hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara simultan produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KSPPS BMT Amanah Ray;
2. Secara parsial variabel produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen;
3. Konsumen merasa puas menggunakan produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Amanah Ray karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

REFERENCES

- Cece. (2003). *Analisis Hubungan Perencanaan Strategi Aliansi PDAM Tirtanadi-PT. Telekomunikasi Divre I Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan PDAM Tirtanadi...* Universitas Sumatera Utara.
- Daryanto.(2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (II). Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi, S. P., & Hidayat, R. (2014). Pengaruh Net Profit Margin dan Return on Assets terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilman*, 1(1), 1–10.
- Dinamika, S. G., & Siregar, E. B. A. (2016). Developing English Syllabus for Tourism Management Students. In *Proceedings of the Fourth International Seminar on English Language and Teaching (ISELT-4)* (Vol. 13, pp. 16–17).
- Fathimah, V. (2017). Pengaruh Perkembangan Jumlah Tabungan , Deposito dan Bagi Hasil terhadap Jumlah Pembiayaan yang Diberikan oleh Perbankan Syariah di Sumatera Utara. *Jurnal Ilman*, 5(1), 41–52.
- Hidayat, R. (2010). Analisis Tingkat Penggunaan Internet Dikalangan Mahasiswa dan Hubungannya dalam Peningkatan Nilai Akademik (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Mediasi*, 2(2), 55–63.
- Hidayat, R. (2015). Performance Appraisal sebagai Alat Pengukuran Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ilman*, 3(1), 1–8.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Persfektif Asia* (Pertama). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Nasution, W. A. (2009). Pengaruh kepuasan kerja karyawan terhadap intensi turnover pada call center Telkomsel di Medan. *Jurnal Mandiri*, 4(1), 1–11.
- Nasutiona, L. K., Fahrurb, M., Christine, Imaduddind, & Wardayani. (2017). The Calculation of Cost of Goods Sold “Gaya Arabica Coffee from Takengon” with Variable Costing Method. *Journal Online Jaringan COT POLIPD (JOJAPS)*, 10, 82–87.
- Ningratri, Y. A. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM Sukma Medan. *Riset & Ejournal Manajemen Informatika*, 3(1), 50–56.
- Novianti, R., Iskandar, & Adawiyah, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depo Air Minum Isi Ulang Water Jaya di Tenggarong. *JEMI*, 15(1), 27–34.
- Prana, R. R. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Ilman*, 4(1), 74–86.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas Produk dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Checken Semarang Candi. *Dinamika Kepariwisataaan*, XI(2), 13–23.

- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market, 3(1), 1–22.
- Sinuhaji, E. (2010). PENERAPAN LAYANAN UNGGUL DALAM PEMASARAN PRODUK BANK. *Jurnal Mediasi*, 2(1).
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukendro, H. A. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jama'ah pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Indosat Medan*. Universitas Terbuka.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Manajemen Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wardayani. (2013). Pengaruh Pengetahuan Dewan Tentang Anggaran, Partisipasi Masyarakat dan Transparansi Kebijakan Publik terhadap Kinerja DPRD dalam Pengawasan Keua. *Jurnal BIS-A Politeknik LP3i Medan*, 2, 35–45.
- Widjanarko, B. (2015). PENGARUH PEMERIAN KOMPENSASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN PADA BUMI KARYA TAMA INSURANCE CABANG MEDAN. *Jurnal Research Sains*, 1(2), 130–152.
- Winata, E. (2015). Pengaruh Disiplin Kerja dan Budaya Kerja terhadap Semangat Kerja Karyawan pada PT. Mayasari Binangun Medan. *Research Sains*, 1(2), 100–117.
- Winata, E. (2017). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA GRAND SERELA HOTEL & CONVENTION MEDAN. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 1(1), 109–121.
- Zeithml,& Bitner. (2012). *The Concept of Customer Satisfaction*. USA: The McGraw Hill-Companies.
- Zuhri, & Pertiwi, L. S. (2016). Airline revenue management under number of no-shows uncertainty. *Global Journal of Pure and Applied Mathematics*, 12(1), 1003–1012.
- Zuhri. (2015). Model Input Output dan Aplikasinya pada Enam Sektor. *Jurnal Ilman*, 3(1), 16–21.