PENGARUH KOMUNIKASI LISAN DARI DOKTER HEWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK OBAT DI PT SANBE FARMA CABANG PADANG

Fitriani, Maria Magdalena

STIE "KBP" Padang

triediz@yahoo.com

ABSTRACT

This research was conducted to prove the influence of oral communication from veterinarian toward customer satisfaction for the drug product of Sanbe Farma, LLC branch of Padang. The method used in this research was quantitative by using questionnaire which collected from 30 customers of Sanbe Farma LLC in Padang. Sample determination technique if all of population used as a sample is saturated sampling. Data was collected by using quisioner which was measured by like it scale. Futhermare, this research used analysis of simple regression supported by SPSS program. The result of this research showed that influence of oral communication from veterinarian toward customer satisfaction for the animal product in sSanbe Farma branch of Padang is significant.

Keywords : Oral Communication, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia bisnis baik itu di Indonesia maupun di negara lainnya saat ini banyak yang berkembang pesat. Bahkan banyak persaingan yang ada yang membuat mereka saling kompetisi. Semua demi kemajuan perekonomian bisnis itu sendiri juga dapat meningkatkan perekonomian negara. Di Indonesia sendiri tidak kalah dengan negara maju atau berkembang. Banyak lahan bisnis dari perusahaan yang handal untuk menciptakan peluang usahanya untuk berkompetisi.

Perusahaan yang bisa bertahan dengan bisnis nya maka dapat memberikan nama yang baik kepada masyarakat. Dapat meningkatkan daya minat serta daya saing yang kuat sesama perusahaan. Namun jika mereka tidak dapat bersaing maka usaha mereka bisa gulung tikar atau bangkrut. Sangat banyak peluang usaha atau peluang

untuk menciptakan peluang. Hal ini ada untuk menjadi di perhitungkan oleh mata pesaing atau masyarakat.

Dalam suatu produk kita juga memikirkan bagaimana pelanggan menerima produk yang telah kita buat. Tidak hanya melakukan sekali pembelian namun juga dapat melakukan pembelian secara berulang kali. Sehingga kita dapat menyimpulkan bahwa pelanggan puas akan produk yang kita miliki. Kepuasan pelanggan mempengaruhi banyak pembelian berikutnya. Sebagaimana menurut (Suparwo, Adi, 2017) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah hasil dari perasaan seorang konsumen terhadap produk dan jasa, berharap melebihi yang diinginkan. Masih menurut (Suparwo, Adi, 2017) kepuasan terpenuhi dirasakan setelah merasakan/ menikmati nya, tergantung kinerja yang di tawarkan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Seorang pelanggan, besar

kemungkinan mendapatkan pelanggan dalam jangka waktu yang lama jika merasa puas dengan nilai yang telah diberikan oleh produk atau jasa.

Dalam komunikasi lisan tidak hanya memperkenalkan produk namun juga jasa yang diberikan sehingga pelanggan dapat merasakan kepuasan. Pengetahuan yang diberikan oleh perusahaan secara terbuka melalui sebuah komunikasi yang baik dapat membuat pelanggan merasakan suatu kepuasan terhadap perusahaan tersebut. Jadi bisa disimpulkan pelanggan akan mempercayai perusahaan tersebut karena kepuasan yang telah diterima tidak hanya berupa barang / jasa tapi informasi-informasi yang diberikan. Menurut (Logahan, 2013) komunikasi adalah saling memberikan informasi satu sama lainnya melalui cara yang biasanya, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah dalam masalah ini adalah Apakah komunikasi lisan dari dokter hewan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk obat hewan di PT. Sanbe Farma cabang Padang?. Tujuan penelitian ini adalah Komunikasi lisan dari dokter hewan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk obat hewan di PT. Sanbe Farma cabang Padang.

TINJAUAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Sebagaimana menurut (Suparwo, Adi, 2017) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah hasil dari perasaan seorang konsumen terhadap produk dan jasa, berharap melebihi yang diinginkan.

Menurut (Dewi and Hidayat, no date) Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan sesuai dengan kinerja perusahaan untuk dapat memenuhi harapannya. Perasaan puas dirasakan saat harapan mereka dipenuhi dan senang saat harapan mereka dilebihi.

ada enam faktor yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan pelanggan adalah (1) Kepuasan pelanggan semuanya (*Overall customer satisfaction*), (2) Dimensi kepuasan pelanggan, (3) Konfirmasi harapan (*Confirmation of expectation*), (4) melakukan pembelian secara berulang (*Repurchase intent*), (5) keinginan untuk membagi sebagai rekomendasi (*Willingness to recommended*) dan (6) Ketidakpuasan pada pelanggan (*Customer dissatisfaction*).

Menurut (Mulyana, 2009), indikator yang mempengaruhi alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan kepuasan pelanggan: (1) Rasa senang, (2) Keinginan untuk melanjutkan hubungan, (3) Rekomendasi pada pihak lain dan (4) Tidak beralih pada perusahaan lain.

Komunikasi Lisan

Menurut (Suparwo, Adi, 2017) kegiatan untuk memperoleh perhatian dari konsumen dan media pada suatu titik yang membicarakan sebuah brand atau produk menjadi lebih menyenangkan, lebih menarik dan patut dijadikan dalam berita. Menurut (Logahan, 2013), komunikasi adalah saling memberikan informasi satu sama lainnya melalui cara yang biasanya, baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan.

Adapun faktor-faktornya adalah sebagai berikut (Sarwoto, 2015) (1) Komunikasi harus tepat waktu dan tepat sasaran, (2)

Komunikasi harus lengkap, (3) Komunikasi perlu suatu situasi dan kondisi untuk diperhatikan, (4) Komunikasi Perlu membacat suatu Situasi dan Kondisi, (5) Adanya persuasi dalam komunikasi.

(Suparwo, Adi, 2017) ada hal yang bisa dipakai sebagai indikator dalam menggunakan apakah word of mouth tersebut bisa digunakan atau tidak. Word of mouth diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: (1) Bicara hal yang baik (positif), (2) Rekomendasi dan (3) Dorongan.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut dapat ditarik hipotesisnya adalah terdapatnya pengaruh komunikasi lisan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan cara membagikan kuesioner kepada pelanggan PT. Sanbe Farma cabang Padang.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini oleh peneliti yaitu sebanyak 30 pelanggan PT. Sanbe Farma cabang Padang dimana diambil sebagai responden penelitian dengan sampling jenuh.

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan cara membagikan kuisisioner atau daftar pertanyaan kepada pelanggan tentang komunikasi lisan dan

kepuasan pelanggan di PT. Sanbe Farma cabang Padang.

2. Data sekunder

Dalam penelitian ini diperoleh daftar pelanggan, gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi di PT. Sanbe Farma.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner kepada pelanggan PT. Sanbe Farma cabang Padang diukur dengan skala interval. Rentang skalanya 1-5 dengan kriteria sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1
Tidak Setuju (TS)	: 2
Kurang Setuju (KS)	: 3
Setuju (S)	: 4
Sangat Setuju (SS)	: 5

Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas memakai alat pengukur valid atau tidak validnya pada suatu kuesioner yang telah dibagikan. Untuk sampel sekitar 30, maka nilai $r_{tabel} = 0,355$. Uji ini dilakukan mana kala butir pertanyaan lebih dari 1. Dasar Pengambilan keputusan uji validitas :

- Jika sebuah nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pernyataan valid
- Jika sebuah nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tidak valid

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1
Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r _{tabel}	Keterangan
Komunikasi Lisan	Kl 1	0,433	0,355	Valid
	Kl 2	0,405		Valid
	Kl 3	0,669		Valid
	Kl 4	0,569		Valid
	Kl 5	0,434		Valid
	Kl 6	0,638		Valid
	Kl 7	0,528		Valid
	Kl 8	0,490		Valid
	Kl 9	0,415		Valid
	Kl 10	0,612		Valid
Kepuasan Pelanggan	Kp 1	0,593	0,355	Valid
	Kp 2	0,369		Valid
	Kp 3	0,577		Valid
	Kp 4	0,449		Valid
	Kp 5	0,427		Valid
	Kp 6	0,426		Valid
	Kp 7	0,484		Valid
	Kp 8	0,479		Valid
	Kp 9	0,608		Valid
	Kp 10	0,608		Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 1 dapat dilihat bahwa semua item dari pernyataan yang berkaitan dengan komunikasi lisan dan kepuasan pelanggan yang jumlah item pernyataannya sebanyak 20, maka memiliki sebuah nilai r hitung $> r$ tabel, hal ini dinyatakan dengan ketentuan yang telah di berlakuan, maka dalam hal ini seluruh item suatu pernyataan dinyatakan dengan valid dan juga dapat dipakai dalam penelitian ini.

a. Uji Reabilitas

Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau dipercaya jika jawaban yang diberikan terhadap pertanyaanoleh seseorang adalah tetap atau stabil dari waktu ke waktu.

Fasilitas yang diberikan SPSS sebagai alat ukur reliabilitas dengan uji statistik cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) $> 0,60$ (Rahman, 2010). Berdasarkan uji reabilitas yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2
Uji Reabilitas

Varia bel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha standart	Keterangan
Komunikasi Lisan	0,659	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,606	0,60	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Dari Tabel 2 dapat diambil kesimpulan bahwa dari uji reliabilitas yang dihasilkan dari nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel komunikasi lisan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan lebih dari 0,60 sehingga item-item pernyataan tersebut termasuk kedalam kategori handal dan variabel tersebut bisa untuk mengukur didalam penelitian ini.

2. Uji Deskriptif (TCR)

Dalam penelitian ini bertujuan sebagai menerjemahkan data-data dan keterangan yang didapat dari seorang responden dengan cara dikumpulkan, menyusun dan mengklasifikasikan data-data tersebut agar diketahui bagaimana mengungkapkan kepuasan pelanggan pada obat hewan PT. Sanbe Farma.

Menghitung nilai composite reliability dengan menggunakan

N o	Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Komunikasi Lisan	0,373	Distribusi Normal
2	Kepuasan Pelanggan	0,811	Distribusi Normal

	an		
--	----	--	--

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada Tabel 5 hasil uji normalitas yang dilakukan diatas komunikasi lisan dan kepuasan pelanggan terlihat bahwa data yang ada telah terdistribusi dengan normal karena nilai signifikan kedua variabel lebih besar dari 5% atau 0,05.

4. Uji Regresi Sederhana

Dalam Penelitian ini dapat digumakan sebagai alat ukur besarnya pengaruh dari sebuah variabel bebas terhadap sebuah variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel bebas menurut (Rahman, 2010). Dengan persamaan $Y = a + bX$.

Dimana :

Y = Variabel Dependent

X = Variabel Independent

a = konstanta

b = koefisien variabel independent

Berdasarkan uji regresi sederhana yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi
Sederhana
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,830	5,831		2,372	,025
komunikasi lisan	,623	,152	,612	4,090	,000

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan program spss

20 for windows, maka diperoleh hasil persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 13,830 + 5,831X$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat dianalisis pengaruh sebuah variabel independen terhadap sebuah variabel dependen adalah persamaan regresi linear sederhana diketahui memiliki suatu nilai konstanta sebesar 13,830 Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel dependen (kepuasan pelanggan) akan naik sebesar 13,83%. Untuk arah tanda signifikannya, variabel komunikasi lisan mempunyai arah positif terhadap kepuasan pelanggan.

5. Uji Hipotesis

Uji T – Statistik (Parsial)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Kriteria pengujian ini adalah dengan membandingkan tingkat signifikansi dari nilai t ($\alpha=0,05$), yaitu jika tingkat signifikansi uji $t \leq 0.05$, hal ini menunjukan bahwa variabel komunikasi lisan terdapat pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan menurut (Sarwoto, 2015).

Berdasarkan uji T yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini :

Tabel 7
Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,830	5,831		2,372	,025
komunikasi lisan	,623	,152	,612	4,090	,000

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 7 uji t (parsial) di atas dapat dilihat bahwa sebuah variabel komunikasi lisan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena memiliki nilai signifikan $<0,005$.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan analisa data mengenai pengaruh variabel komunikasi lisan (X) secara individu terhadap kepuasan pelanggan PT. Sanbe Farma cabang Padang, maka pembahasan hasilnya adalah sebagai berikut.

Pengaruh Variabel Komunikasi Lisan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil analisis uji hipotesa tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ terbukti bahwa variabel komunikasi lisan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sanbe Farma cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,090 sedangkan nilai signifikan $<0,05$

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi lisan dokter hewan mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. Sanbe Farma cabang Padang, pengaruh nya tersebut dapat diketahui dari indikator rasa senang, keinginan untuk melanjutkan hubungan, rekomendasi pada pihak lain dan tidak berpindah pada yang lain. Namun dari banyaknya indikator tersebut yang paling menonjol untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Sanbe Farma cabang Padang adalah wawasan yang dimiliki dokter hewan untuk menjawab pertanyaan pelanggan sehingga dengan adanya

kemampuan tersebut maka pelanggan merasa senang saat melakukan komunikasi, yang pada akhirnya akan berdampak pada keuntungan yang di peroleh oleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disampaikan kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. Variabel komunikasi lisan telah dinyatakan dengan valid hal ini sesuai dengan nilai *corrected item-total correlation* yang lebih besar dari nilai r_{tabel} dan hal ini dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* yang telah dihasilkan lebih dari 0,60.
2. Komunikasi lisan dapat terjalin dan terpenuhi dengan baik oleh PT. Sanbe Farma cabang Padang
3. Komunikasi lisan dan kepuasan pelanggan terlihat bahwa data yang ada telah terdistribusi dengan normal karena nilai signifikan kedua variabel lebih besar dari 5% atau 0,05.
4. Dari hasil analisis uji hipotesa tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ terbukti bahwa variabel komunikasi lisan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sanbe Farma cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,090 sedangkan nilai signifikan $<0,05$.
5. Disimpulkan bahwa komunikasi lisan dokter hewan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada

produk obat hewan di PT. Sanbe Farma cabang Padang. Pengaruh nya tersebut dapat diketahui dari indikator rasa senang, keinginan untuk melanjutkan hubungan, rekomendasi pada pihak lain dan tidak beralih pada perusahaan lain.

Saran

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi terhadap PT. Sanbe Farma cabang Padang. Suatu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan suatu kepuasan pelanggan di masa selanjutnya maka disarankan pada :

1. Pihak perusahaan agar tim promosi untuk daerah ditambah lagi, karena keterbatasan dari tim promosi yang ada saat ini untuk melayani pelanggan yang ada. Diharapkan agar komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih intens dan dapat menjaga kepercayaan pelanggan yang telah di berikan, dengan tujuan agar terciptanya loyalitas dari seorang pelanggan dan mendatangkan pelanggan baru dari pengaruhnya *word of mouth*.
2. Bagi peneliti-peneliti berikutnya yang ingin mengadakan penelitian serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengakat objek penelitian pada perusahaan lainnya dengan jenis usaha yang berbeda. Dapat menambahkan variabel indenpenden selain variabel

yang di teliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, C. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening', 5, pp. 1–16.
- Aretha, N. and Maharani, D. (2013) 'Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Kedai Kopi Espresso Bar Yogyakarta)', pp. 1–12.
- Dewi, R. N. and Hidayat, R. (no date) 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam'.
- Diza, F., Moniharapon, S. and Ogi, I. W. . (2016) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado)', Jurnal EMBA, 4(1), pp. 109–119.
- Logahan, J. M. ; putri Y. T. E. (2013) 'Pengaruh Komunikasi Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di 7-Eleven Buaran', 4(9), pp. 886–896.
- Marlius, D. Putriani, I. (2019). Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Layanan Customer Service. Jurnal Pundi. Volume 3. No. 2. Hal.111-122.
<https://doi.org/10.31575/jp.v3i2.151>

- Marlius, D. Ananda, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Minat Kuliah di AKBP Padang. *Jurnal Pundi*, Vol. 03, No. 03. Hal. 191-204. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.190>
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 3. Hal.12-22. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Marlius, D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE “KBP”. *Jurnal Ipteks Terapan*. Volume 12. No. 2. Hal. 116-128. <http://doi.org/10.22216/jit.2018.v12i2.633>
- Marlius, D. RD Putra. (2018). Strategi Pengembangan Sulam Bayang. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*. Volume 3. No. 2. Hal. 204-218. <http://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3494>
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqqx>
- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/wrh3p>
- Mulyana (2009) ‘Pengaruh Komunikasi Dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Untuk Melakukan Hubungan Pemasaran Jangka Panjang’, 10(2), pp. 344–353.
- Rahman, M. A. (2010) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggansmartfrendi Kota Malang’.
- Sarwoto (2015) ‘Pengaruh Komunikasi Dan Pelatihan Penggunaan Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Produk Pt Bio Industri (Cv. Cahaya Aji Jambi)’, 3(1), pp. 34–42.
- Suharyadi, D. (2018) ‘Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Yoehan Wanaherang Bogor’, *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 3(2), pp. 189–196. Available at: <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/ejurnal/index.php/jitk/article/view>

w/673.

Suparwo, Adi, D. S. (2017) 'Membangun Kepuasan Pelanggan Serta Komunikasi Lisan', 1(1), pp. 127–138.

Tanuwijaya, M. (2013) 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy', 7(1), pp. 1–16.

Mayliza, R. (2019). Analisis Customer Satisfaction Dan Behavioral Intention Dilihat Dari Service Quality, Food Quality Dan Price/Value Di Restoran Mc Donald's Depok. <https://doi.org/10.31219/osf.io/e2jrt>

Putra, Y. E., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hcsw2>

Fernos, J., & Putra, Y. E. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega Syari'ah Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/y2baf>