



Original Article

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa pengelolaan lapangan futsal

Customer satisfaction level with futsal field management services

Ade Tuti Lestari¹, Zulfi Ramadhan²

^{1,2} Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, STKIP Situs Banten, Indonesia

dosenadedenay16@gmail.com¹ zulfiramadhann@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan lapangan futsal selama masa pandemi covid-19 di Kota Serang. Metode yang digunakan metode survey asosiatif dan sampel yang digunakan adalah seluruh konsumen pemakai jasa lapangan futsal di Kota Serang dengan menggunakan *incidental sampling*, dimana dalam penelitian ini peneliti akan memberikan angket kepada pelanggan lapangan futsal di 4 lapangan berbeda yang berada di Kota Serang. 4 lapangan tersebut adalah Radar Banten Arena (Kecamatan Serang), KeneWae Futsal (Kecamatan Cipocok), Blafut Futsal (Kecamatan Curug) dan Star Futsal (Kecamatan Walantaka) sebanyak 41 orang. Hasil penelitian yang didapatkan dari penyebaran angket pada konsumen pemakai jasa diperoleh tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh masing-masing pengelola lapangan futsal di Kota Serang berada pada kategori tidak puas dengan persentase 48%. Pelayanan yang kurang baik tersebut dapat ditunjukkan dengan tidak lengkapnya fasilitas yang ada, kebersihan tempat, keamanan, kenyamanan dan juga kinerja para pelayan yang bekerja di tempat tersebut.

Kata kunci: *tingkat kepuasan, konsumen, layanan jasa*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the extent of consumer satisfaction with futsal field management services during the covid-19 pandemic in Serang City. The method used is the associative survey method and the sample used is all consumers who use futsal field services in Serang City by using *incidental sampling*, where in this study researchers will provide questionnaires to futsal field customers in 4 different fields in Serang City. The 4 fields are Radar Banten Arena (Serang District), KeneWae Futsal (Cipocok District), Blafut Futsal (Crug District) and Star Futsal (Walantaka District) with 41 people. The results of the study obtained from the distribution of questionnaires to consumers who use service obtained the level of customer satisfaction with the services provided by each futsal field manager in Serang City is in the category of dissatisfied with a percentage of 48%. The poor service can be shown by the incompleteness of existing facilities, cleanliness of the place, security, comfort and also the performance of the waiters who work in the place.

Key words: *Level of satisfaction, Consumers, Services*

Received: 2022-06-13; Accepted: 2022-06-29; Published: 2022-06-30

© 2021 Universitas suryakancana, e-ISSN : 2721-7175(online), p-ISSN : 2089-2341 (cetak)



Jurnal Maenpo: Jurnal Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, this work in Universitas suryakancana is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk atau jasa setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya menurut (Keller & Kotler, 2012) sedangkan menurut Tjiptono dalam (Putra et al., 2017) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksuaian persepsi antara harapan sebelum melakukan pembelian dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada penyedia jasa, kualitas pelayanan sangat penting untuk dikelola dengan baik sesuai kebutuhan pelanggan dikarenakan persepsi pelayanan baik dimulai dari persepsi pelanggan sejalan dengan pendapat Bedi dalam (Putri & Utomo, 2017) yaitu memberikan layanan yang berkualitas bertujuan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Karena pelayanan jasa bersifat tidak nyata (*intangible*) dimana membuat setiap konsumen memiliki perbedaan yang dialami tentang kualitas jasa yang dihasilkan.

Menurut (Udiutomo, 2011) kualitas merupakan salah satu masalah penting yang perlu mendapatkan perhatian serius dalam menjalankan strategi operasi suatu perusahaan. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk atau jasa yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan, menurut Tjiptono dalam (Putra et al., 2017) dimensi kualitas produk yang dimaksud, yaitu: (1) Kinerja, (2) daya tahan, (3) kesesuaian dengan spesifikasi, (4) fitur, (5) reliabilitas, (6) estetika, (7) kesan kualitas, dan (8) kemampuan layanan. Sedangkan kualitas produk didefinisikan keseluruhan ciri dari suatu produk maupun jasa pelayanan dalam kemampuan memuaskan kebutuhan pelanggan (Keller & Kotler, 2012)

Hubungan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan sangat erat kaitannya satu sama lain dikarenakan keputusan pelanggan memilih pelayanan produk atau jasa didapatkan dari kebutuhan yang diinginkan oleh si pelanggan dari kualitas yang didapatkannya. Hal ini sejalan dengan pendapat (Anis, 2015) bahwa kualitas produk atau jasa yang dianggap baik akan menciptakan keputusan pembelian, dilanjut dengan pendapat (Anwar & Satrio, 2015) dimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan pendapat (Lukman, 2014) yang mengungkapkan bahwa keputusan pelanggan yang dilakukan menyebabkan timbulnya perasaan puas. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nisfiana, 2010) yang menunjukkan kualitas produk maupun jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tentunya berasal dari pelayanan yang terorganisir, dengan begitu akan menciptakan persepsi yang baik bagi pelanggan. Pentingnya pengukuran mutu pelayanan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, efisien, dan efektif, dikarenakan mutu pelayanan berakhir pada persepsi pelanggan.

Futsal didefinisikan sebagai permainan sepak bola mini yang dimainkan oleh 10 orang dengan ukuran standar Internasional panjang lapangan minimal 38-42 meter dan lebar 18-25 meter, sedangkan ukuran lapangan futsal Nasional memiliki panjang 25-42 meter dan lebar 15-25 meter menurut (Anam et al., 2019). Perkembangan olahraga futsal membuat jasa penyewaan lapangan futsal berkembang dan digunakan oleh masyarakat sebagai pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dalam menyalurkan hobby bermain futsal. Seiring kebutuhan pelanggan akan lapangan futsal mengakibatkan persaingan bisnis jasa penyewaan futsal semakin berkembang khususnya di Kota Serang, hampir disetiap kecamatan memiliki jasa penyewaan lapangan futsal tersendiri.

Menjamurnya jasa penyewaan lapangan futsal belum sejalan dengan pengembangan fasilitas sarana dan prasarananya, banyak jasa lapangan futsal yang masih mengenyampingkan kualitas jasa pelayanan salah satunya kesiapan sumber daya manusia dalam melayani calon pelanggan yang sejalan dengan pendapat (Mulyanto & Yoestini, 2011) bahwa kepuasan pelanggan tercapai jika faktor utama dari pelayanan tersedia, yaitu kesiapan sumber daya manusia dalam melayani calon pelanggan. Bagi

pelayanan jasa untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik adalah suatu strategi yang tepat untuk bertahan dalam menghadapi persaingan.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi salah satu factor yang menentukan keberhasilan kualitas perusahaan itu sendiri menurut (Lupiyoadi, 2001). Salah satu indicator pendekatan kualitas jasa yang biasa banyak dijadikan bahan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman dikutip oleh (Rahman et al., 2017) yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Model ini digunakan untuk mengerti lebih dalam harapan atau persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diinginkan, yang dapat digunakan dalam menghasilkan peningkatan kualitas pelayanan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sasongko, 2013) bahwa dalam penelitian tersebut menunjukkan kelima variable dari model SERVQUAL secara simultan dan parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana factor yang paling dominan adalah daya tanggap (*responsiveness*). Selain itu penelitian oleh Wardana yang dikutip (Wicaksono, 2017) menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara parsial variable kehandalan dan daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan bukti fisik, jaminan dan empati tidak berpengaruh. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hafeez & Muhammad, 2012) menunjukkan pengaruh empati memiliki pengaruh negative terhadap kepuasan pelanggan sedangkan empat lainnya berpengaruh secara signifikan.

Dari beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu penyedia jasa seharusnya mementingkan semua dimensi SERVQUAL tersebut dalam memberikan kepuasan pelayanan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk meneliti seberapa jauh kepuasan pelanggan terhadap jasa pelayanan yang nantinya dapat digunakan dalam memberikan masukan kepada pengurus jasa pelayanan mungkin pada instansi terkait dalam memberikan wadah latihan guna mendapatkan sumber daya manusia dalam hal ini atlet yang akan mengharumkan nama Kota Serang kedepannya.

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti akan membuktikan apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyediaan jasa pelayanan lapangan futsal di Kota Serang sudah sebanding dengan pelayanan dan harga yang harus dibayar masyarakat untuk menyewa lapangan sehingga timbulah masalah penelitian dalam hal ini yaitu seberapa puaskan masyarakat terhadap pelayanan pengelolaan lapangan di Kota Serang dimana data penelitian ini selanjutnya akan dijadikan masukan bagi pengelola dan instansi terkait dalam memberikan wadah latihan guna mendapatkan sumber daya manusia dalam hal ini atlet yang akan mengharumkan nama Kota Serang kedepannya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey asosiatif, dimana menurut (Morrisan, 2012) karakteristik dari metode survey berupaya menjelaskan atau mencatat kondisi atau sikap untuk menjelaskan apa yang ada saat ini dan berupaya menggambarkan serta menjelaskan mengapa suatu situasi ada.

Sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan menggunakan *incidental sampling* dikarenakan dalam penelitian ini tidak memiliki *sampling frame* yang lengkap, karena besarnya populasi tidak diketahui. dimana jika didefinisikan *incidental sampling* adalah cara pengambilan sampel untuk siapa saja secara kebetulan bertemu peneliti dan digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan angket kepada pelanggan lapangan futsal di 4 lapangan berbeda yang berada di Kota Serang. 4 lapangan tersebut adalah Radar Banten Arena (kecamatan serang), KeneWae Futsal (kecamatan cipocok), Blafut Futsal (kecamatan curug) dan Star Futsal (kecamatan walantaka). Sebanyak 41 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner (angket) dan observasi dengan Skala pengukuran dengan rentang skor jawaban: 1 sampai 4. Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk statistic deskriptif dan inferensial. Analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Adapun teknik perhitungannya untuk masing-masing butir dalam angket menggunakan presentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Setelah data ditabulasi, diskor, dan dianalisis dengan bantuan *software Microsoft Exel* dan *SPSS 16.0*, dari hasil analisis data diperoleh nilai minimum = 69; nilai maksimum = 146; rata-rata (*mean*) = 115,35; median = 114; standar deviasi = 14,71. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut

Tabel 1. Deskripsi Hasil Penelitian Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Lapangan Futsal di Kota Serang.

Interval	Kategori	Absolute	%
137,4 < 159	Sangat Puas	5	8,0
115 < 137,4	Puas	23	38,0
93,2 < 115	Tidak Puas	29	48,0
71 < 93,28	Sangat Tidak Puas	3	5,0
Jumlah		60	100

Tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa lapangan futsal di Kota Serang didasarkan pada faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, dan deskripsi hasil penelitian masing-masing faktor tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor *Tangibles*

Diukur dengan angket yang berjumlah 13 butir pernyataan dengan rentang skor 1- 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 23 – 53.

Tabel 2. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor *Tangibles*

Interval	Kategori	Absolute	%
45,6 < 53	Sangat Puas	5	8,0
38 < 45,6	Puas	30	50,0
30,76 < 38	Tidak Puas	22	37,0
23 < 30,76	Sangat Tidak Puas	3	5,0
Jumlah		60	100

Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *tangibles* berada pada kategori puas sebesar 50%. Dalam hal ini faktor *tangibles*, merupakan faktor meliputi layanan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Hal tersebut diartikan sebagian besar lapangan futsal di Kota Serang mempunyai layanan fasilitas yang memadai, adanya sarana komunikasi dan juga layanan pegawai yang baik. Fasilitas yang memadai dan baik tentu saja akan memberikan kenyamanan kepada konsumen, dikarenakan fasilitas yang baik akan lebih aman untuk digunakan. Selain itu dengan fasilitas yang bagus akan menambah minat konsumen untuk selalalu menggunakan jasa layanan. Fasilitas yang dimiliki oleh sebagian besar lapangan futsal di Kota Serang diantaranya toilet (pria/wanita), ruang ganti, *cafe*, ruang tunggu, tempat parkir yang luas dan memiliki petugas parkir yang ramah, kelengkapan bola dan memiliki lebih dari satu lapangan serta ukuran lapangan yang cukup memenuhi syarat. Penelitian serupa yang dikembangkan oleh Pasuraman dalam (Wibowo et al., 2013) bahwa sebagai fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan.

2. Faktor *Reliability*

Diukur dengan angket yang berjumlah 8 butir pernyataan dengan rentang skor 1- 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 13 – 35.

Tabel 3. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor *Reliability*

Interval	Kategori	Absolute	%
----------	----------	----------	---

29,8 < 35	Sangat Puas	7	12,0
24 < 29,8	Puas	32	53,0
18,7 < 24	Tidak Puas	16	27,0
13 < 18,7	Sangat Tidak Puas	5	8,0
Jumlah		60	100

Dalam hal ini factor *reliability* meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Rasa kepercayaan ini terlihat saat konsistennya jadwal yang di berikan atau yang diinginkan olah konsumen. Dengan demikian hasil tersebut diartikan sebagian besar pengelola lapangan futsal di Kota Serang sangat memperhatikan layanan yang cepat. Yang pasti seorang pelanggan pastilah tidak akan senang dengan pelayanan yang terlalu lama, konsumen ingin layanan yang cepat, sebaliknya pelanggan akan merasa bosan dan jenuh jika pelayanan yang diberikan terlalu lama. Dalam hal ini pengelola lapangan futsal di Kota Serang melakukannya dengan baik.

Sejalan dengan pendapat dari penelitian yang dilakukan ([Salma & Ratnasari, 2015](#)) bahwa ketanggapan merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informaasi yang jelas dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, meyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jas

3. Faktor *Responsiveness*

Diukur dengan angket yang berjumlah 6 butir pernyataan dengan rentang skor 1- 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 8– 26

Tabel 4. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor *Responsiveness*

Interval	Kategori	Absolute	%
21,94 < 26,31	Sangat Puas	9	15,0
17,58 < 21,94	Puas	34	57,0
13,21 < 17,58	Tidak Puas	13	22,0
8,85 < 13,21	Sangat Tidak Puas	4	7,0
Jumlah		60	100

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *responsiveness* berada pada kategori puas sebesar 57%. Faktor *responsiveness* merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hasil tersebut diartikan para staf pengelola lapangan futsal di Kota Serang cukup tanggap dalam memberikan layanan kepada konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dijabarkan oleh (Salma & Ratnasari, 2015) dalam penelitiannya bahwa ketanggapan merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa. Rasa kepercayaan ini terlihat saat konsistennya jadwal yang di berikan atau yang diinginkan oleh konsumen.

4. Faktor *Asurance*

Diukur dengan angket yang berjumlah 7 butir pernyataan dengan rentang skor 1- 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 11– 32.

Tabel 4. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor *Assurance*

Interval	Kategori	Absolute	%
27,63 < 32,99	Sangat Puas	9	15,0
22,28 < 27,63	Puas	22	37,0
16,92 < 22,28	Tidak Puas	26	43,0
11,5 < 16,92	Sangat Tidak Puas	3	5,0
Jumlah		60	100

5. Faktor *Empathy*

Diukur dengan angket yang berjumlah 4 butir pernyataan dengan rentang skor 1- 4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 6 – 19.

Tabel 5. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor *Empathy*

Interval	Kategori	Absolute	%
16,04 < 19,1	Sangat Puas	10	17,0
12,98 < 16,04	Puas	42	70,0
9,92 < 12,98	Tidak Puas	6	10,0
6,86 < 9,92	Sangat Tidak Puas	2	3,0
Jumlah		60	100

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *assurance* berada pada kategori tidak puas sebesar 43%. Faktor *assurance* mencakup pengetahuan, kemampuan, dan kesopansantunan para pegawai dari suatu perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal tersebut diartikan para staf harus mempunyai pengetahuan yang baik, kemampuan memandu pelanggan dalam menggunakan fasilitas yang ada, dan juga harus paham mengenai olahraga futsal untuk mengurangi bahaya yang lain selama

pelanggan futsal berada di tempat tersebut. Selain itu penampilan yang rapi dan sopan akan memberi kesan yang baik serta kepercayaan terhadap pelanggan futsal.

Pembahasan

Berdasarkan aspek yang ditinjau dalam penelitian ini mengenai kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penelitian sebelumnya menjelaskan mengenai pengaruh kelima aspek tersebut oleh (Putrantaji & Oktafani, 2014) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa pelayanan memberikan dampak yang cukup baik terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aryani & Rosinta, 2011) bahwa kelima aspek tersebut terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh masing-masing pengelola lapangan futsal di Kota Serang berada pada kategori tidak puas dengan persentase 48%. Hasil tersebut dapat diartikan layanan yang diberikan oleh masing-masing pengelola lapangan futsal terhadap pelanggan kurang baik dan belum dapat diterima oleh sebagian besar pelanggan. Saran untuk kedepannya perlu diteliti mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi baik dari aspek kepuasan pelanggan maupun dari aspek pelayanan

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K., Desriyanti, D., & Kurniawan, E. (2019). Smart Field Control (SFC) di Lapangan Futsal Kembar Jaya. *Jurnal Teknik Elektro Dan Komputer TRIAC*, 6(2), 40–45.
- Anis, L. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pembeli Dan Pengguna Laptop Lenovo Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2).

- Hafeez, S., & Muhammad, B. (2012). The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 3(16).
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktik. *Jakarta: Salemba Empat*, 101.
- Morrisan, M. A. (2012). *Metode penelitian survei*. Kencana.
- Mulyanto, E., & YOESTINI, Y. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ajisaka Motor Kudus*. Universitas Diponegoro.
- Nisfiana, D. N. (2010). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam membeli daging sapi (Studi pada konsumen depot daging Mubarakah, Mojokerto*. Universitas Negeri Malang.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 124–131.
- Putrantaji, R. D. S., & Oktafani, F. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Study Kasus Pada Ifi Futsal Bandung). *EProceedings of Management*, 1(3).
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1).
- Rahman, M. A., Qi, X., Saif, A. N. M., Ibrahim, I. Bin, & Sultana, R. (2017). Assessing service quality of online bill payment system using extended SERVQUAL model (SERVQUAL-Butterfly model): A case study of Dhaka electric supply company limited (DESCO), Bangladesh. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1301195.
- Salma, F. S., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya1. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan*, 2(4), 322–339.
- Sasongko, F. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyet ria. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–7.
- Thorik, S. H. (2020). Efektivitas pembatasan sosial berskala besar di Indonesia dalam penanggulangan Pandemi Covid-19. *'ADALAH*, 4(1).
- Udiutomo, P. (2011). Analisa Tingkat Kepuasan Siswa terhadap Layanan Program Smart Ekselensia Indonesia Tahun 2011. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 1(01), 50–66.
- Wibowo, S. E., Ruswanti, E., & Januarko, U. (2013). Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta.

Jurnal Ekonomi, 4(1), 56–64.

Wicaksono, T. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2).