



Tersedia secara online di <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib>

**JMRIB**

Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis



## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN SERVQUAL (SERVICE QUALITY) TERHADAP PELAYANAN JASA PEMINJAMAN DANA

Ahmad Padhil<sup>1</sup>, Asih Setyo Rini<sup>\*2</sup>, Anis Saleh<sup>3</sup>, Kurniawan Anugrah<sup>4</sup>

<sup>1</sup>ahmad.padhil@umi.ac.id <sup>2</sup>asih.setyo.rini@binabangsa.ac.id <sup>3</sup>anis.saleh@umi.ac.id <sup>4</sup>kurniawan.anugrah.ka@gmail.com

<sup>1,3,4</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Muslim Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

### Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Received : 28 – Januari – 2023  
Revised : 02 – Februari – 2023  
Accepted : 03 – Februari – 2023

(terdiri dari 3-5 kata, sesuai abjad)

Kata kunci :  
Kualitas Pelayanan;  
Servqual;  
GAP;  
Ekspektasi;  
Persepsi;

Untuk melakukan sitasi pada penelitian ini dengan format :  
Nama, P., (tahun). Judul Penelitian. JMRIB : Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis ITEBA, volume x (n), Halaman awal – Halaman akhir.

### Abstract

*PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar is a company engaged in providing loan funds and goods credit services. One of the goals of this company is to fulfill public or individual interests with the best quality service to consumers. Service improvement is carried out by identifying improvement factors that must be improved using the SERVQUAL (Service Quality) method. Judging from the results of calculations using a questionnaire, the percentage of expected values is still higher than the perceived value of each dimension. Tangible value : 93.46%, reliability : 94.38%, responsiveness : 94.82%, assurance : 91.27%, empathy : 95, 76% and the average value of service satisfaction is 94.*

*Keywords: Service Quality, Servqual (Service Quality), GAP, Expectations, Perceptions*

### Abstrak

PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa pinjaman dana dan pengkreditan barang. Salah satu tujuan dari perusahaan ini yaitu dapat memenuhi kepentingan umum ataupun perorang dengan kualitas pelayanan terbaik pada konsumen. Peningkatan pelayanan dilakukan dengan mengidentifikasi perbaikan faktor-faktor apa saja yang harus ditingkatkan menggunakan metode SERVQUAL (Service Quality). Dilihat dari hasil perhitungan menggunakan kuisioner persentase nilai harapan masih lebih tinggi daripada nilai persepsi setiap dimensinya. Nilai bukti fisik (tangibel) : 93,46%, keandalan (realibility) : 94,38%, daya tanggap (responsiveness) : 94,82%, jaminan (assurance) : 91,27%, empati (empaty) : 95,76% dan nilai rata-rata kepuasan

## 1. Pendahuluan

Manajemen pelayanan merupakan salah satu kegiatan proses dalam menyambut atau mengurus konsumen, baik perorangan ataupun kelompok organisasi dengan cara yang tepat. Agar manajemen pelayanan dikatakan berhasil dan baik, maka unsur pelaku atau perusahaan sangat ditentukan. Tuntutan pelayanan tidak hanya berasal dari konsumen saja, melainkan manajemen perusahaan. Tingginya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan mendapatkan berdampak positif pada kepuasan pelanggan/konsumen yang diberikan (Sulthon, 2020).

Kepuasan konsumen merupakan gambaran perasaan seseorang baik senang maupun kecewa. Kekecewaan muncul dengan adanya perbandingan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan tetapi tidak sesuai dengan ekspektasi seseorang. Ekspektasi konsumen/pelanggan dibentuk dari kejadian dimasa lampau atau informasi dari konsumen/pelanggan lainnya yang sudah menggunakannya. Semakin tinggi yang ditawarkan oleh perusahaan, akan tetapi konsumen/pelanggan mendapatkan perlakuan pelayanan dengan baik, maka akan kecewa.

Industri yang berpotensi seiring dengan perkembangan jaman adalah pelayanan jasa peminjaman dana dan pengkredit barang. PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Berdirinya industri jasa ini sudah cukup lama. Adanya perkembangan tahun, persaingan semakin banyaknya dan konsumen/pelanggan juga semakin kritis dalam hal kualitas pelayanan. Salah satu faktor kendala yang terjadi pada industri jasa yaitu pada saat penginputan data konsumen/pelanggan terkait proses peminjaman yang diajukan serta negosiasi. Maka dari itu, dengan adanya kendala tersebut, PT Finansia Multi Finance (Kredit plus) berinisiatif mengaktifkan menggunakan pengukuran kualitas pelayanan.

Metode Servqual merupakan alat pengukuran kualitas jasa yang paling menjadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran. Metode ini terdiri dari dua puluh dua buah instrument dalam pengukuran kualitas pelanggan. Dimensi Servqual Dari penelitian Parasuraman (1990) ada 10 dimensi umum yang mewakili kriteria penilaian yang digunakan pengguna jasa untuk kualitas pelayanan yaitu : (1) *Tangibles*; (2) *Reliability*; (3) *Responsiveness*; (4) *Competence*; (5) *Courtesy*; (6) *Credibility*; (7) *Securit*; (8) *Access*; (9) *Communication*; (10) *Understanding the customer*.

## 2. Metode Penelitian

Ada dua metode yang digunakan yaitu pengumpulan data dan analisis. Berikut merupakan rangkain dalam metode :

### 1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dikumpulkan dengan tiga jenis, yaitu :

- a. Observasi merupakan data yang dikumpulkan dari pengamatan secara langsung.
- b. Kuesioner merupakan urutan pertanyaan yang dibuat untuk responden
- c. Studi Pustaka merupakan pengumpulan materi-materi dan data-data yang diperoleh dari perusahaan PT. Finansia Multi Finance.

### 2. Metode Analisis

#### a. Pengukuran Servqual

Data kuesioner pengukuran servqual terdiri dari harapan dan persepsi konsumen/pelanggan terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh PT. Finansia Multi Finance Cabang Makassar. Penilaian kuesioner dikelompokkan ke dalam 5 skala likert sebagai berikut :

Untuk kepentingan/harapan (Y) :

Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Nilai 2 : Tidak Setuju (TS)

Nilai 3 : Netral (N)

Nilai 4 : Setuju (S)

Nilai 5 : Sangat Setuju (SS)

Untuk Kinerja/Persepsi (X) :

Nilai 1 : Sangat Tidak Puas (STP)

Nilai 2 : Tidak Puas (TP)

Nilai 3 : Netral (N)

Nilai 4 : Puas (P)

Nilai 5 : Sangat Puas (SP)

#### b. Perhitungan Servqual

Perhitungan nilai Servqual dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- Total bobot jawaban pernyataan kepentingan atau harapan pelayanan :

$$\sum y_i = (\sum y_{1.1}) + (\sum y_{2.2}) + (\sum y_{3.3}) + (\sum y_{4.4}) + (\sum y_{5.5})$$

Keterangan :

$\sum y_i$ : Skor Total Kepentingan/harapan

$\sum y_1$  : jumlah orang yang memilih sangat tidak setuju

$\sum y_2$  : jumlah orang yang memilih tidak setuju

$\sum y_3$  : jumlah orang yang memilih netral

$\sum y_4$  : jumlah orang yang memilih setuju

$\sum y_5$  : jumlah orang yang memilih sangat setuju

1,2,3,4,5: Skor Skala Likert

Membagi skor total dengan jumlah responden :

$$\text{Nilai Kepentingan/harapan} = \frac{\text{skor total}}{\text{jumlah responden}}$$

- Total bobot jawaban pernyataan kinerja atau persepsi pelayanan :

$$\sum x_i = (\sum x_{1.1}) + (\sum x_{2.2}) + (\sum x_{3.3}) + (\sum x_{4.4}) + (\sum x_{5.5})$$

Keterangan :

$\sum x_i$  : Skor Total Kinerja/persepsi

$\sum x_1$  : jumlah orang yang memilih sangat tidak puas

$\sum x_2$  : jumlah orang yang memilih tidak puas

$\sum x_3$  : jumlah orang yang memilih netral

$\sum x_4$  : jumlah orang yang memilih puas

$\sum x_5$  : jumlah orang yang memilih sangat puas

1,2,3,4,5: Skor Skala Likert

Membagi skor total dengan jumlah responden :

$$\text{Nilai Kinerja/persepsi} = \frac{\text{skor total}}{\text{jumlah responden}}$$

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Uji Validitas

Penggunaan kuisisioner sangat penting dilakukan dalam pengujian validasi (valid atau tidaknya data akan mempengaruhi data selanjutnya, jika tidak sesuai maka pengujian reabilitas tidak dapat diteruskan).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Kepentingan (Y)				Kinerja (X)			
Simbol Atribut	rHitung	rTabel	Status	Simbol Atribut	rHitung	rTabel	Status

<b>Tangibles (Bukti Langsung)</b>							
Y1	0,230	0,197	Valid	X1	0,504	0,197	Valid
Y2	0,447	0,197	Valid	X2	0,606	0,197	Valid
Y3	0,199	0,197	Valid	X3	0,390	0,197	Valid
Y4	0,389	0,197	Valid	X4	0,534	0,197	Valid
<b>Reliability (Keandalan)</b>							
Y5	0,420	0,197	Valid	X5	0,429	0,197	Valid
Y6	0,441	0,197	Valid	X6	0,619	0,197	Valid
Y7	0,379	0,197	Valid	X7	0,459	0,197	Valid
Y8	0,451	0,197	Valid	X8	0,312	0,197	Valid
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>							
Y9	0,292	0,197	Valid	X9	0,201	0,197	Valid
Y10	0,615	0,197	Valid	X10	0,604	0,197	Valid
Y11	0,601	0,197	Valid	X11	0,438	0,197	Valid
Y12	0,498	0,197	Valid	X12	0,629	0,197	Valid
<b>Assurance (Jaminan)332</b>							
Y13	0,349	0,197	Valid	X13	0,332	0,197	Valid
Y14	0,497	0,197	Valid	X14	0,685	0,197	Valid
Y15	0,308	0,197	Valid	X15	0,456	0,197	Valid
Y16	0,593	0,197	Valid	X16	0,550	0,197	Valid
<b>Empaty (Empati)</b>							
Y17	0,280	0,197	Valid	X17	0,411	0,197	Valid
Y18	0,431	0,197	Valid	X18	0,713	0,197	Valid
Y19	0,326	0,197	Valid	x19	0,412	0,197	Valid
Y20	0,324	0,197	Valid	X20	0,522	0,197	Valid

(Sumber : Pengolahan Data)

Tabel 1 bahwa semua item mempunyai koefisien korelasi (rhitung) yang bernilai positif dan lebih besar dari rtabel yaitu 0,197 artinya hasil menunjukkan bahwa semua atribut pertanyaan dalam kuesioner ini valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dibantu dengan software SPSS 22 dengan teknik Cronbach's Alpha untuk menguji reliable kuisioner. Kebenaran kuisioner / reliable apabila Cronbach's Alpha > 0,6. Dibawah ini adalah hasil pengujian reliabilitas :

### a. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat harapan (Y)

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,736	20

Perhitungan uji reliabilitas tingkat harapan yaitu  $0,736 > 0,6$  maka butir pertanyaan harapan dianggap reliable.

b. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja/Persepsi (X)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	20

Perhitungan uji reliabilitas tingkat kinerja/persepsi yaitu  $0,843 > 0,6$  maka butir pertanyaan kinerja/persepsi dianggap reliable.

3. GAP Score (Servqual Score)

Nilai GAP Score (Servqual score) didapatkan dari selisih antara nilai persepsi dan harapan. Rumus dibawah ini :

$$\text{SERQUAL Score} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \dots\dots\dots 3.1$$

a. GAP Score Setiap Atribut

Tabel 4. GAP Score Setiap Atribut

No	Atribut	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
1	Kondisi lingkungan kantor bersih dan terjaga	4,21	4,48	-0,27
2	Kemudahan dalam melakukan pembayaran angsuran	3,87	4,00	-0,13
3	Kecepatan petugas dalam melayani keluhan konsumen	4,26	4,41	-0,15
4	Tempat parkir aman	4,21	4,42	-0,21
5	Penyediaan jasa memberikan pengertian dan toleransi kepada konsumen jika terjadi kesalahan	4,01	4,07	-0,06

(Sumber : Pengolahan Data)

b. GAP Score Setiap Dimensi

Tabel 5. GAP Score Setiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
1	Bukti fisik (Tangible)	4,00	4,28	-0,28
2	Keandalan (Reability)	4,03	4,27	-0,24
3	Daya Tanggapan (Responsiveness)	4,03	4,25	-0,22
4	Jaminan (Assurance)	3,87	4,24	-0,37
5	Empati (empaty)	4,07	4,28	-0,21

(Sumber : Pengolahan Data)

c. Ranging GAP Score

1) Ranging GAP Score Setiap Atribut

Tabel 6. Ranging GAP Setiap Atribut

No	Atribut	GAP Score	Rank
1	Kondisi lingkungan kantor bersih dan terjaga	-0,27	4
2	Kemudahan dalam melakukan pembayaran angsuran	-0,13	2
3	Kecepatan petugas dalam melayani keluhan konsumen	-0,21	3
4	Tempat parkir aman	-0,29	5
5	Penyedia jasa memberi pengertian dan toleransi kepada konsumen apabila terjadi masalah	0,13	1

(Sumber : Pengolahan Data)

## 2) Rangkaing GAP Score Setiap Dimensi

Tabel 7. Rangkaing GAP Score Setiap Dimensi

No	Dimensi	GAP Score	Rank
1	Bukti fisik (Tangible)	-0,28	4
2	Keandalan (Reliability)	-0,24	3
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	-0,22	2
4	Jaminan (Assurance)	-0,37	5
5	Empati (Empaty)	-0,21	1

(Sumber : Pengolahan Data)

## 4. Aktual Servqual Score (ASC)

Nilai persentase berupa perbandingan antara nilai persepsi terhadap kinerja aktual pelayanan PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar dengan nilai harapan.

Rumusnya adalah :

$$ASC = (\text{Nilai Persepsi} / \text{Nilai Harapan}) \times 100\% \dots\dots\dots 3.2$$

Dibawah ini perhitungan untuk memperoleh nilai Aktual Servqual Score (ASC) pada dimensi bukti fisik :

$$\begin{aligned} ASC &= (4,00 \div 4,28) \times 100\% \\ &= 0,9345 \times 100\% \\ &= 93,45\% \end{aligned}$$

Tabel 8. Perhitungan Aktual Servqual Score (ASC)

No	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	ASC
1	Bukti fisik (Tangible)	4,00	4,28	93,45%
2	Keandalan (Reliability)	4,03	4,27	94,38%
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	4,03	4,25	94,82%
4	Jaminan (Assurance)	3,87	4,24	91,27%
5	Empati (Empaty)	4,07	4,28	95,76%

(Sumber : Pengolahan Data)

## 5. Analisa Aktual Servqual Score (ASC)

Skor aktual menunjukkan seberapa baik performa PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar selama ini memenuhi harapan konsumennya. Nilai aktual dihitung dengan ketentuan :

- 1) Nilai  $< 100\%$  : skor aktual pelayanan belum memenuhi harapan konsumen.
- 2) Nilai  $= 100\%$  : berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan dari konsumen.
- 3) Nilai  $> 100\%$  : pelayanan melebihi harapan konsumen.

Tabel 9. Nilai Aktual Servqual Score (ASC)

No	Dimensi	ASC
1	Keandalan (Reliability)	93,45%
2	Empati (Empaty)	94,38%
3	Bukti Fisik (Tangible)	94,82%
4	Jaminan (Assurance)	91,27%
5	Data Tanggap (Responsiveness)	95,76%
Rata -Rata		94%

(Sumber : Pengolahan Data)

Tabel 9 terlihat bahwa masih belum ada performa aktual yang memenuhi harapan dari konsumen. Keandalan (Reliability) memiliki persentase sebesar 93,46%. Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan masih sangat perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar harapan konsumen dapat terpenuhi. Akan tetapi perusahaan berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya hingga memenuhi harapan dari konsumen. Selanjutnya adalah dimensi Empati (Empaty), tangible (bukti fisik), assurance (jaminan) dan responsiveness (daya tanggap) dengan nilai aktual berturut-turut 94,38%, 94,82%, 91,27% dan 95,76% yang masih perlu ditingkatkan oleh pihak perusahaan agar dapat memenuhi harapan dari konsumen.

Hasil yang didapatkan dari pengukuran rata-rata ASC sebesar 94%. Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar selama ini belum memenuhi harapan konsumen.

#### 4. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapat dari pengukuran dan analisis sebagai berikut ini :

1. Kualitas pelayanan pada PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) Makassar secara keseluruhan memiliki nilai Gap negatif artinya kualitas pelayanan belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Nilai untuk dimensi empati memiliki nilai -0,21 (rank



- 1), nilai dimensi daya tanggap -0,22 (rank 2), nilai dimensi keandalan -0,24 (rank 3), nilai dimensi bukti fisik -0,28 (rank 4), nilai dimensi jaminan -0,37 (rank 5).
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas dari pelayanan PT. Finansia Multi Finance (Kredit Plus) nilai rata-rata tingkat kepuasan sebesar 94% dari harapan konsumen. Hasil pengukuran persentase tingkat kepuasan konsumen pada masing-masing dimensi yaitu dimensi empati sebesar 95,76%, dimensi daya tanggap 94,82%, dimensi keandalan 94,38%, dimensi bukti fisik 93,45%, dan persentase terendah pada dimensi jaminan dengan nilai sebesar 91,27%.

#### Daftar Pustaka

- [1] Aritonang R, Lerbin R, 2007. Riset Pemasaran: Teori Dan Praktik. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- [2] Iلمان, R., Indriani, S., & Adriantantri, E. (2020). *METODE SERVICE QUALITY (Studi Kasus Tabungan Amanah BANK BPR Syariah Kota Mojokerto)*. 3(2), 86–92.
- [3] Kadek, N., Iriani, D., Nursanti, E., & Priyasmanu, T. (2021). *PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI POLSEK PANDAAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN 5R*. 4(2), 57–63.
- [4] Kotler, Philip dan Keller, Robert, 2006, Marketing for Bussiness Services. The Freepress, New York.
- [5] Lhokseumawe, P. N., Pengantar, K., Alwie, rahayu deny danar dan alvi furwanti, Prasetio, A. B., & Andespa, R. (2020). Tugas Akhir Tugas Akhir. *Jurnal Ekonomi Volume 18, Nomor 1 Maret201*, 2(1), 41–49.
- [6] Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), 25. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>
- [7] Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A.(2008). Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Neuman, W. L, 2007. Basic Of Social Research: Qualitative adn Quantitative approach. Boston, United State of America:Pearson Education, Inc
- [9] Noverita, M. L. (2020). *Pengaruh Physical Evidence Dan Produk Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Unimal*. 9, 35–39.
- [10] Nyoman, N., & Puspaningsih, T. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1), 9–28. <https://www.researchgate.net/publication/265262053%0AANALISIS>
- [11] Padhil, A., Saleh, A., Nusran, M., Ismail, H., & Aidel, A. (2018). Strategi Pemasaran Kue Bagea Sebagai Kue Khas Kota Palopo Dengan Menggunakan Analisis Swot Pada Ukm Multi Kue Kota Palopo. *Journal of Industrial Engineering Management*, 3(2), 15. <https://doi.org/10.33536/jiem.v3i2.230>.
- [12] Parasuraman, A. Zeithaml V. A, and Berry L.L., 1985. Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50.

- [13] Parasuraman, A., Zeithalm, V., dan Berry L., 1988. SERVQUAL: “A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*.
- [14] Parasuraman, A., Zeithalm, V., dan Berry L 1994. *Journal of Marketing* “SERPERF Versus SERQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality”.”.
- [15] Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga, 2008 Hal.140
- [16] Rahman, M. F., & Indriani, S. (2020). *Analisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan pegadaian cabang pandaan dengan metode servqual*. 3(2), 93–100.
- [17] Ratna Putri, A. E., Harianto, W., & Aziz, A. (2020). Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan X Dengan Metode Servqual Dan Analytical Hierarchy Process (Ahp). *RAINSTEK : Jurnal Terapan Sains & Teknologi*, 2(3), 202–208. <https://doi.org/10.21067/jtst.v2i3.4762>
- [18] Sahita, P. P., Hutabarat, J., & Budiharti, N. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus PT.Balistha Gapala Nandya). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 7(1), 7–12. <https://doi.org/10.36040/jtmi.v7i1.3363>
- [19] Sulthon, M. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Untuk Merancang Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Servqual Dan Swot Di Cafe. *Juminten*, 1(1), 141–150. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i1.88>
- [20] Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Malang : Banyumedia Publishing.
- [21] Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen: Catatan Kedua*.