

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Adira Dinamika Multi Finance Kantor Cabang Petojo Utara Jakarta

Wiwin Wianti¹, Puji Yuniarti², Andrian Susanto³

Program Studi Administrasi Perkantoran, Universitas Bina Sarana Informatika¹

Jl. Kramat Raya 98, Senen, Jakarta Pusat

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika²

Jl. Kramat Raya 98, Senen, Jakarta Pusat

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika³

Jl. Kramat Raya 98, Senen, Jakarta Pusat

Email : wiwin.win@bsi.ac.id¹, puji.pyi@bsi.ac.id², andrianhirata75@gmail.com³

ABSTRAKSI

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pentingnya kualitas pelayanan yang diciptakan oleh perusahaan supaya pelanggan merasakan kepuasan tersendiri dalam setiap pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Adira Dinamika Multi Finance. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, observasi, dan dokumentasi dengan metode analisis berupa analisis deskriptif kuantitatif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data primer yang telah terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji persamaan regresi. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi yang diperoleh hasil sebesar 0,724 yang menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kuat. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,551 artinya 55,1% kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sisanya sebesar 0,449 artinya 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Melalui hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan $Y = 9,341 + 0,768X$ maka dapat dijelaskan, bahwa bila kualitas pelayanan konstan atau bernilai 0 (nol), kepuasan pelanggan akan bernilai sebesar 9,341. Koefisien regresi sebesar 0,768 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,768 atau 76,8%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

One of the factors that influence customer satisfaction is the quality of service. The importance of the quality of services made by the company so that customers feel their own satisfaction in every service provided. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT Adira Dinamika Multi Finance. The data collection method used in this study is a questionnaire, observation, and documentation with analytical methods in the form of descriptive quantitative analysis, namely analyzing data by describing the primary data that has been collected. The data analysis technique used is the correlation coefficient test, the coefficient of determination test, and the regression equation test. Based on the calculation of the correlation coefficient obtained by 0.724 which indicates that the level of relationship between service quality and customer satisfaction is strong. The coefficient of determination of 0.551 means that 55.1% of service quality affects customer satisfaction, the remaining 0.449 means that 44.9% is influenced by other factors. Through the results of the regression calculation, the equation $Y = 9.341 + 0.768X$ can be explained, that if the service quality is constant or feasible 0 (zero), customer satisfaction will be worth 9.341. The regression coefficient of 0.768 states that every 1% increase in service quality will increase customer satisfaction by 0.768 or 76.8%.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di era globalisasi semakin pesat, menuntut perusahaan memaksimalkan kinerja. Perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pelanggan, misalnya dengan menyediakan produk berkualitas baik. Produk berkualitas rendah dan pengiriman produk yang

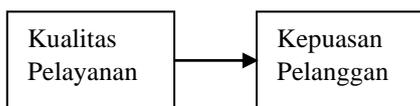
lambat dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Di sisi lain, kebutuhan dan keinginan pelanggan perlu dipahami oleh perusahaan agar hal tersebut dapat menjadi informasi penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Untuk unggul dalam persaingan,

harus memberikan kepuasan pelanggan tidak hanya dengan kualitas produk, tetapi juga menawarkan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan yaitu dengan kualitas pelayanan yang maksimal.

Pelanggan PT Adira Dinamika Multi Finance ditempatkan sebagai aset berharga perusahaan karena pada kenyataannya tidak ada perusahaan finance yang mampu bertahan jika pelanggan meninggalkannya. Hal ini membuat persaingan di antara perusahaan ritel sangat sengit, karena semua perusahaan berusaha menjadi yang terdepan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan salah satu kebutuhan pelanggan. PT Adira Dinamika Multi Finance memberikan pelayanan yang maksimal untuk mendapatkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diraih oleh perusahaan melalui *service excellence*. Salah satu profesi yang perlu memberikan *service excellence* adalah *customer service*. Layanan yang sangat baik adalah melayani pelanggan, menawarkan layanan terbaik untuk memfasilitasi kenyamanan dan mendapatkan kepuasan, sehingga mereka selalu loyal kepada perusahaan. Kurangnya respons cepat dari customer service kepada pelanggan di PT Adira Dinamika Multi Finance membuat pelanggan merasa kurang puas.

Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Adira Dinamika Multi Finance ?

Adapun hipotesa dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: (diolah oleh penulis, 2021)

Gambar 1 Kerangka Hipotesis

Ho: Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Adira Dinamika Multi Finance Jakarta.

Ha: Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Adira Dinamika Multi Finance Jakarta.

Sejalan dengan hipotesis di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan pada PT Adira Dinamika Multi Finance Jakarta

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan. Hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat (Nurlia, 2018)

2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, “kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan” (Indrasari, 2019)

kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa (Apriyani & Sunarti, 2017)

A. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Adapun dimensi-dimensi kualitas pelayanan (Indrasari, 2019):

1. Keandalan (*Reability*) yakni kemampuan orang memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu ragan.
4. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.3. Pengertian Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler & Keller, “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya” (Lubis & Nur Rahmah Andayani, 2018).

Tingkat kepuasan dapat mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan lain sebagainya dibawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan memberikan ungkapan rasa kepuasannya (Maulana, 2016).

A. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Lupiyoadi menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain (Indrasari, 2019):

1. Kualitas Produk
Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut Montgomery dalam Lupiyoadi, “kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek”
2. Kualitas Pelayanan
Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional
Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

B. Indikator Kepuasan pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono yaitu sebagai berikut ini (Suwito, 2018):

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang

diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 3. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

3. METODOLOGI

Metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan metode kuesioner dimana dalam suatu penelitian pengumpulan data dapat diperoleh data-data yang akurat dan terpercaya dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner atau angket. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Kedua menggunakan metode Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang berguna untuk bahan analisis dan menunjang data-data yang telah terkumpul yang dibutuhkan untuk referensi yang berkaitan dengan penelitian untuk melengkapi dan menyempurnakan data yang telah ada.

Metode analisis data, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian analisis kuantitatif deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data primer

yang telah terkumpul. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji analisis regresi. Alat yang digunakan untuk mengolah data-data dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) statistics versi 25 yaitu program yang dipakai untuk menganalisis statistika.

3.1. Data Penelitian

A. Populasi

PT Adira Dinamika Multi Finance Jakarta tepatnya di kantor cabang Petojo Utara, Gambir, Jakarta Pusat tempat dilakukannya penelitian ini ada 140 pelanggan yang artinya terdapat 140 populasi pelanggan pada PT Adira Dinamika Multi Finance.

B. Sampel

Adapun sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin untuk mendapatkan sampel penelitian yaitu populasi dalam penelitian ini berjumlah 140 pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Data Penelitian

A. Uji Koefisien Korelasi

Untuk mencari kuatnya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dapat menggunakan rumus korelasi ataupun melalui bantuan SPSS 25. maka hasil hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

**Tabel 1
Hasil Koefisien Korelasi**

Correlations			
		Kualitas_Pelayanan	Kepuasan_Pelanggan
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	104	104
KepuasanPelanggan	Pearson Correlation	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: (Data diolah oleh penulis melalui SPSS versi 25, 2021)

Berdasarkan uji koefisien korelasi pada tabel di atas, bahwa nilai korelasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,724. Nilai R (korelasi) tersebut termasuk dalam kategori kuat. Sehingga dapat disimpulkan adanya hubungan sebesar 0,742 antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

B. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka dapat dihitung dengan uji koefisien determinasi yaitu dapat dilihat pada R Square dalam perhitungan SPSS 25 sebagai berikut:

**Tabel 2
Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.551	.546	3.348

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Sumber: (Data diolah oleh penulis melalui SPSS versi 25, 2021)

Dari hasil koefisien determinasi pada tabel menunjukkan adanya pengaruh besar dari variable X. Dapat dilihat pada *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,551 artinya 55,1% variabel X (kualitas pelayanan) mempengaruhi variabel Y (kepuasan pelanggan) sedangkan sisanya sebesar 0,449 artinya 44,9% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

C. Uji Persamaan Regresi

Dalam uji persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, perhitungan hasil analisis dapat dilihat pada perhitungan SPSS 25 sebagai berikut:

**Tabel 3
Hasil Analisis Persamaan Regresi**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	9.341		
	Kualitas_Pelayanan	.768	.069	.742	11.178	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: (Data diolah oleh penulis melalui SPSS versi 25, 2021)

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai-nilai pada tabel dimasukkan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX \\ = 9,341 + 0,768X$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta sebesar 9,341 artinya jika kualitas pelayanan bernilai 0 (nol), maka kepuasan pelanggan bernilai 9,341.
2. Nilai koefisien regresi X (kualitas pelayanan) sebesar 0,768 artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,768 atau 76,8%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif.

Dari tabel diatas berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka keputusannya H_0 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,1% sisanya 44,9% yang dipengaruhi oleh faktor lain misalnya strategi pemasaran dan mutu produk yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Hasil perhitungan koefisien korelasi, untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Adira Dinamika Multi Finance diperoleh hasil sebesar 0,724. Nilai tersebut termasuk dalam kategori kuat yang berarti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ada hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi adalah sebesar 0,551 artinya 55,1% variabel X (kualitas pelayanan) yang dapat mempengaruhi variabel Y (kepuasan pelanggan) secara signifikan. Sedangkan sisanya sebesar 0,449 artinya 44,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini seperti variabel harga, promosi, *brand awareness* dan lain sebagainya
3. Hasil persamaan regresi dapat diketahui adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, $Y = 9,341 +$

0,768X. Dari persamaan fungsi dapat dijelaskan, bahwa jika kualitas pelanggan konstan atau bernilai 0 (nol), maka kepuasan pelanggan rata-rata bernilai 9,341. Nilai koefisien regresi variabel X (kualitas pelayanan) sebesar 0,768 artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 atau 1%, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,768 atau 76,8%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif.

4. Hipotesis dalam penelitian ini hasilnya H_0 diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,1% sisanya 44,9% yang dipengaruhi oleh faktor lain misalnya strategi pemasaran dan mutu produk yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Sebaiknya para staf dan karyawan bisa lebih memberikan pelayanan yang maksimal kepada seluruh pelanggan supaya para staf dan karyawan bisa mengerti kebutuhan yang diinginkan pelanggan.
6. Seharusnya perusahaan bisa mengadakan pertemuan ataupun survey kepuasan pelanggan secara berkala supaya perusahaan mengetahui aspek-aspek apa yang kurang dalam kepuasan pelanggan.
7. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Adira Dinamika Multi Finance kepada pelanggan sudah terbilang baik, namun ada yang harus diperhatikan dalam segi kualitas pelanggan salah satunya yaitu fasilitas sarana komunikasi lebih ditingkatkan lagi.

REFERENSI

- Apriyani, Dwi Aliyyah, dan Sunarti. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 28. Diambil dari <https://doi.org/10.32493/skr.v4i1.605>
- Firdaus. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF: DILENGKAPI ANALISIS REGRESI IBM SPSS STATISTICS VERSION 26.0* (F. Ravida (ed.)). Riau: CV. DOTPLUS Publisher. From <https://books.google.co.id/books?id=Ij8hEAAAQBAJ>
- Imron, Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada

- CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. Diambil dari <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861> .3086
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Lubis, Alfi Syahri, dan Nur Rahmah Andayani. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. Diambil dari <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Maulana, Ade Syarif. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(1), 133–125. Diambil dari <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Nurdin, Ismail, & Sri Hartati. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL* (Lutfiah (ed.)). Surabaya: MEDIA SAHABAT CENDEKIA. From <https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ>
- Nurlia. (2018). Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent. Diambil dari *Meraja Journal*, 1(2), 17–30.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Sosiopragmatik* (Cetakan Pe). Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, Syofian. (2017). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: Kencana. From <https://books.google.co.id/books?id=CPK3DwAAQBAJ>
- Suwito, Joko. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU. *14(112)*, 255–262.
- Widiansyah, Subhan. (2017). Dampak Keberadaan Industri terhadap Perubahan Struktur Sosial Masyarakat (Studi Masyarakat Desa Bojong, Cikupa, Kabupaten Tangerang). *Hermeneutika : Jurnal Hermeneutika*, 3(2), 35. Diambil dari <https://doi.org/10.30870/hermeneutika.v3i2>