


Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Martubung Jaya, Medan

Sintia Yukari¹, A. Mahendra^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia, ²Program Studi Akuntansi, Universitas Katolik Santo Thomas, Medan, Indonesia

Article Info	ABSTRACT
Keywords: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, CV. Martubung Jaya Medan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kuantitatif asosiatif. Sampel penelitian ini adalah 20 responden di CV. Martubung Jaya, Medan, dengan menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan teknik sampling dengan pertimbangan tertentu. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana, sementara pengolahan data menggunakan SPSS 26. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan, di mana koefisien regresi $a = 17,120$ berarti bahwa Kualitas Layanan adalah 0, maka kepuasan pelanggan positif sebesar 17,120. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,535 atau 53,5%, sementara sisanya 46,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($2,395 >$ $2,101$). Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan.
This is an open access article under the CC BY-NC license 	Corresponding Author: A. Mahendra Program Studi Akuntansi, Universitas Katolik Santo Thomas, Medan, Indonesia mahendraroshan7@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang mengalami perkembangan semakin pesat saat ini, dunia perekonomian mengalami perubahan secara menyeluruh. Oleh karena itu, banyak perusahaan mendapat tuntutan serta perlu beradaptasi dalam menghadapi perubahan dalam lingkungan bisnis demi kelangsungan usahanya agar dapat memuaskan pelanggannya dan mendapat nilai lebih di pasar. Saat ini perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin meningkat dan persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan dalam bersaing di pasar agar bisa terus tumbuh dan berkembang

dengan baik dalam jangka waktu panjang. Sektor usaha yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi yaitu di bidang jasa [1]. Sektor jasa merupakan sektor penunjang terpenting dalam membantu peningkatan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan tersebut. Menurut Tjiptono [2] kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. Sedangkan pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekumpulan orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain [3]. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang [4].

Menurut Ibrahim [1] Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut. Perusahaan harus memberikan sesuatu yang lebih bagi pelanggannya melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan itu sendiri. Pelanggan harus dibuat puas atas produk atau penggunaan jasa yang dipakainya agar mereka selalu setia menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan, meskipun hal tersebut dapat berdampak pada berkurangnya profit perusahaan [5]. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya [6].

Adapun kepuasan pelanggan bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan [7]. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli [8].

CV Martubung Jaya adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang logistik dengan menyediakan jasa kirim barang yang lebih fokus menyediakan armada untuk mengirim barang dengan skala besar, seperti kapal kontainer yang mengantarkan muatan demi muatan ke lokasi konsumen. Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, CV Martubung Jaya menerapkan standar pelayanan yang sama, tidak membedakan antara pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lain. Standar pelayanan tersebut harus dipahami dan diterapkan oleh seluruh anggota karyawan CV Martubung Jaya, sehingga mampu memberikan pelayanan secara optimal yang akhirnya mempunyai nilai tambah bagi pelanggan.

METODE

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah kualitas layanan terhadap pelanggan dalam CV Martubung Jaya, Medan. Sedangkan yang menjadi subjek penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan CV Martubung

Jaya, Medan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu Januari – April 2023. Pada penelitian ini populasi berjumlah 30 orang dimana Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel juga diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur [9]. Sampel penelitian ini peneliti menggunakan *Sampling Purposive*, adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu [10]. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah pelanggan yang berada di kota Medan dan pernah menggunakan jasa layanan CV. Martubung Jaya, Medan minimal satu kali. Dengan demikian, sampel dalam penelitian sebanyak 20 orang. Metode yang dipakai untuk pengambilan data adalah dengan menggunakan metode wawancara dengan jalan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada orang-orang yang berhubungan atau mengetahui objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan membagikan kuesioner kepada responden dengan kriteria pengukuran pada penelitian ini maka peneliti menggunakan Skala Likert. Dimana skala ini dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang yang disampaikan oleh sampel pada penelitian ini tersebut [10]. Adapun nilai dari setiap jawaban pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Skala Pengukuran

Kriteria	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Indikator Variabel

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan [1].

Indikator kualitas layanan antara lain [1]:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Realibility*)
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah diartikan sebagai tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan [11].

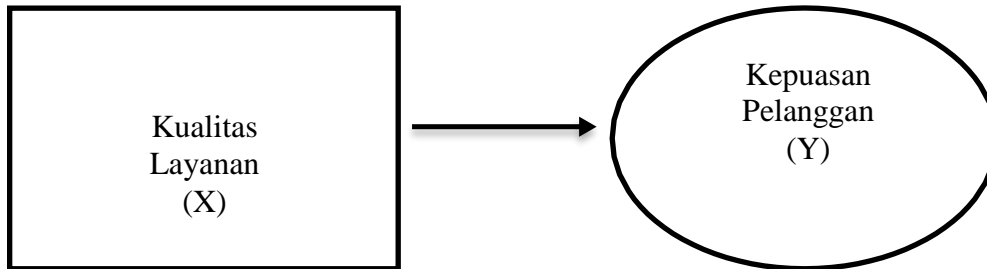
Indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut [11]:

1. Kesesuaian Harapan, yang berarti apa yang dirasakan pelanggan sama dengan yang di harapkan;

2. Minat Berkunjung Kembali, yang berarti pelanggan berniat melakukan transaksi ulang setelah merasakan apa yang ia peroleh;
3. Kesiediaan Merekomendasikan, yaitu pelanggan akan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk yang ia rasakan

Kerangka Pikir

Berikut ini adalah kerangka pikir yang akan digunakan dalam penelitian ini :



Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_0 = Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Martubung Jaya, Medan

H_a = Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Martubung Jaya, Medan

Model Penelitian

Tahapan pengujian pada penelitian ini melewati beberapa tahapan [12] yang pertama yaitu kevaliditasannya pernyataan diuji dimana valid atau tidaknya pernyataannya apabila dapat jawabannya. Selanjutnya yang kedua adalah melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah bisa diandalkan ataupun dipercaya. Ketiga adalah uji normalitas dimana untuk mengetahui normalitas distribusi datanya. Keempat adalah uji-t dimana tujuannya untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Langkah terakhir yang dilakukan adalah uji koefisien determinasi R yang tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat keberpengaruhan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden, data ini ditampilkan agar profil dari responden terlihat jelas hubungan antara variabel-variabel terkait dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini ialah 20 sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan Status

Karakteristik responden berdasarkan status

No	Status	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Menikah	15	75
2.	Belum Menikah	5	25
	Jumlah	20	100

Tabel di atas menunjukkan status mayoritas responden jumlah pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan dengan identitas yang sudah menikah lebih banyak sebesar 75 % atau 15 orang dari pada yang belum menikah, yaitu sebesar 25 % atau 5 orang.

Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	17	85
2.	Perempuan	3	15
	Jumlah	21	100

Sebagian besar responden diungguli laki-laki sebesar 85 % atau 17 orang kemudian responden perempuan sebesar 15 % atau 3 orang dengan total responden laki-laki dan perempuan sebanyak 20 orang.

Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas

Hasil Uji Validasi

Untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item [13].

Berdasarkan hasil uji validitas, didapatkan hasil r hitung dari seluruh pernyataan ada di *range* 0,587 - 0,887, dimana $n = 20$ maka dari itu taraf α 0,05 didapatkan r tabel = 0,444. Nilai (r -hitung) pada variabel kualitas layanan berada di *range* 0,587-0,887 dengan kata lain bahwa 10 pernyataan tersebut keseluruhannya valid, selanjutnya variabel kepuasan pelanggan berada antara 0,631-0,784 dengan kata lain bahwa 7 pernyataan tersebut semuanya valid. Hal ini menyimpulkan bahwa pernyataan dapat digunakan untuk proses uji selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 [14].

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Batas <i>Cronbach Alpha</i>	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	10	0,6	0,897	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	7	0,6	0,805	Reliabel

Uji Normalitas

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah [15]:

1. Jika nilai signifikansi > dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Hasil uji normalitas dapat dilihat berikut:

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.66688494
	Absolute	.135
Most Extreme Differences	Positive	.1088
	Negative	-.135
Test Statistic		.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas untuk Kualitas Layanan sebesar 0,200 dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,200. Dimana signifikansi untuk kedua variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa populasi dan sampel data Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji t (parsial)

Hasil uji secara parsial

Model	Coefficients ^a				t	.Sig.
	Unstandartdized Co,efficients		Standartdized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	17.120	5.537			3.092	.006
Kualitas Layanan	.573	.139	.715		2.395	.000

Berdasarkan perhitungan uji parsial pada tabel di atas, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil uji hipotesis yang diketahui bahwa nilai t_{tabel} adalah 2,395 yang dilihat dari tabel t dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$, maka $df = 18$ dengan signifikansi 5% sedangkan nilai t_{hitung} adalah 2,395 artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,395 > 2,101$). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$,

maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan.

Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana

Model	Coefficients ^a				t	.Sig.
	Unstandartdized Co,efficients		Standartdized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	17.120	5.537			3.092	.006
Kualitas Layanan	.573	.139	.715		2.395	.000

$$Y = 17,120 + 0,573 X + e$$

Dari tabel di atas ditarik kesimpulannya seperti penjelasan di bawah ini,

- Konstanta sebesar 17,120 artinya jika Kualitas Layanan nilainya 0, maka Kepuasan Pelanggan nilainya positif sebesar 17,120.
- Persamaan regresi diatas mempunyai arti bahwa koefisien regresi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,573 menyatakan bahwa jika Kualitas Layanan mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,573 satuan.

Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi (KD) juga disebut koefisien penentu (KP) adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi, artinya perubahan variabel dependen (variabel y) yang disebabkan variabel independen (variabel x) adalah sebesar kuadrat koefisien korelasi (r^2) [16].

Rumus : $KD = (r)^2 \times 100\%$

Keterangan : KD = Koefisien determinasi r = Koefisien Korelasi

Pengujian Dete,erminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimeter
1	.715 ^a	.535	.200	2.73996

Tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu: angka R Square atau determinasi sebesar 0,535 berarti variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X) mampu menjelaskan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 53,5% dan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki nilai $t_{hitung} (2,395) > t_{tabel} (2,101)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan secara parsial, sehingga H_a dapat diterima.

- Setelah dilakukan pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari kedua variabel yaitu Variabel X (Kualitas Layanan) dan Variabel Y (Kepuasan

- Pelanggan) dinyatakan valid karena nilai Rhitung > ,444.
2. Mengacu pada Reliability Statistics untuk masing-masing variabel menunjukkan bahwa variabel X nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,897 dan untuk variabel Y nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,805 dimana kedua variabel dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha-nya > 0,60.
 3. Dari hasil analisis diperoleh pembahasan dimana berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai signifikansi Kualitas Layanan adalah sebesar 0,200 dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,200. Dimana nilai signifikansi untuk kedua variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa populasi dan sampel data Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan berdistribusi normal.
 4. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 53,5% dan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.
 5. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana didapatkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Martubung Jaya, Medan dengan persamaan regresi $Y = 17,120 + 0,573 X$ (Kualitas Pelayanan) + e. artinya jika Kualitas Pelayanan nilainya tidak mengalami kenaikan , maka Kepuasan Pelanggan nilainya sebesar 17,120 dan sebaliknya jika Kualitas Layanan mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,573 satuan, semakin tinggi Kualitas Layanan maka akan semakin meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan [17].

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Layanan dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Martubung Jaya, Medan sebesar 0,535 artinya variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk sebesar 53,5% sedangkan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini. Hasil perhitungan regresi linier sederhana mendapatkan nilai $Y = 17,120 + 0,573 X$ (Kualitas Layanan) + e dengan uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa H_a yang berbunyi Kualitas Layanan secara parsial memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kata lain jika variabel kualitas layanan semakin ditingkatkan sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,573 kali pada CV. Martubung Jaya, Medan.

Daftar Pustaka

- [1] U. Hatimah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Prima Unggul Global (Tours & Travel) di Kota Makassar*. Makassar, 2020.
- [2] J. Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB," *J. Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 April 2018 ISSN, vol. 2, no. 1, 2018.

- [3] L. Goa, "Pelayanan Pastoral Bagi Sesama Yang Membutuhkan," 2018.
- [4] R. Apriansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Prioritas Rengat," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. VII, no. 02, pp. 37–45, 2018.
- [5] D. Suryadi, "Perilaku Konsumen dan Upayanya dalam Pelayanan Prima Bagi Pelanggan," *J. Asy- Syukriyyah*, vol. 20, 2019.
- [6] H. Rohaeni and N. Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Ecodemica*, vol. 2, no. 2, pp. 312–318, 2018.
- [7] I. P. Rangkuti and Y. Yuliana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Velg Ban TKB Group Indonesia," *J. Innov. Res. Knowl.*, vol. 1, no. 4, 2021.
- [8] F. Vi. Noor, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)*, vol. 21, no. 1. Bengkulu, 2020.
- [9] U. Hernaeny *et al.*, *Pengantar Statistika 1*. 2021. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=populasi+dan+sampel&ots=N_Z9dwu3lq&sig=BEp69OisuqA0hdbv0SsEk5ooHJ0&redir_esc=y#v=onepage&q=populasi dan sampel&f=false
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (20th ed.)*. ALFABETA. 2019.
- [11] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. 2019.
- [12] F. Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0*, vol. 1. DOTPLUS, 2021. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=U8hEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=analisis+spss+versi+26&ots=TfeHAPQvX5&sig=j_eh6M3cD7aB862htAN4-EuJ0Lg&redir_esc=y#v=onepage&q=analisis spss versi 26&f=false
- [13] V. Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- [14] W. V. Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian Yogyakarta*. PT PUSTAKA BARU, 2019.
- [15] T. P. H. Setyani and W. Gunadi, "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima)," *J. Ilm. Mhs. Manaj. Unsurya*, vol. 1, no. 1, pp. 92–102, 2020.
- [16] S. Silaen, *Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis*. Bumi Aksara, 2018.
- [17] A. Lathersya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Armada Sejahtera Sumatera Transport Medan." 2022.