

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Baitul Maal Wal Tamwil (bmt) Nu Jombang Cabang Ngoro

Leli Akhlaqun Nisa¹, Siti Nur Qomariyah²

¹Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Jombang, Indonesia

²Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Jombang, Indonesia
leliakhlaqunnisa@gmail.com

Abstract: *Service quality and customer satisfaction are things that must be considered and optimized so that they can encourage customers to survive and remain the choice. Service quality is a form of customer assessment of the services provided by the company to customers. The title of this research is The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Baitul Maal wal Tamwil (BMT) NU Jombang Ngoro branch. This research has a goal, namely how service quality (tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy) on customer satisfaction of BMT NU Jombang Ngoro branch. The test results on the t test show that tangible service quality has a partial effect on customer satisfaction with a significance value of 0.052 < 0.05, reliability has a partial effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 < 0.05, and empathy has a partial effect on customer satisfaction with a significance value of 0.011 < 0.05. The results of the F test show that service quality has a simultaneous effect on customer satisfaction with a significance of 0.000 < 0.05, and the results of the coefficient of determination show a contribution of 0.413 or 41.3% and the rest of the value is influenced by other aspects not tested in this study.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfactio*

Abstrak: Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan hal yang wajib diperhatikan serta optimalkan agar dapat memberikan dorongan kepada para nasabah untuk tetap bertahan dan tetap dijadikan pilihan. Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian dari pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Judul dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Baitul *Maal wal Tamwil* (BMT) NU Jombang cabang Ngoro. Adapun penelitian ini memiliki tujuan yaitu bagaimana kualitas pelayanan (*tangible, reliability, assurance, responsiveness, empathy*) terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro. Hasil pengujian pada uji t bahwa kualitas pelayanan *tangible* memiliki pengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah dengan memiliki nilai signifikansi 0,052 < 0,05 , pada *reliability* memiliki pengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 , dan *emphaty* memiliki pengaruh secara persial pada kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi 0,011<0,05. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi 0,000 < 0,05, dan hasil koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi sebanyak 0,413 atau 41,3% dan sisa dari nilai tersebut dipengaruhi oleh aspek lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

pendahuluan

Perkembangan ekonomi di Indonesia didorong dengan rasa prihatin dan kecemasan yang sangat dalam terhadap jumlah penduduk menengah kebawah yang telah terjerat oleh rentenir dengan tujuan untuk memperoleh modal guna mengembangkan usaha mereka, yang tidak dapat di akses melalui lembaga keuangan karena usaha mereka relatif kecil dan mikro, masyarakat juga menganggap bahwa berurusan langsung bersama lembaga keuangan terlalu rumit, sehingga membuat masyarakat lebih menentukan pilihan pada rentenir yang lebih mudah dijangkau meskipun memiliki bunga yang sangat besar. Oleh karena itu didirikan

sebuah lembaga keuangan dengan sistem mikro syariah pada tahun 1992 yang berjalan dengan memakai konsep kombinasi antara baitul Mal dan Baitul Tamwil (BMT) dan mempunyai tujuan, ukuran dan sasarannya pada sektor usaha kecil (Ramdani Harahap & Ghozali, 2020). BMT yaitu jenis lembaga keuangan yang mencoba memperluas usaha manufaktur dan berinvestasi dengan sistem bagi hasil dalam upaya meningkatkan kualitas ekonomi usaha kecil untuk menangani kemiskinan (Khairani et al., 2021). Lembaga ini berbeda dengan lembaga perbankan dan lembaga formal lainnya sehingga BMT disebut bersifat non formal, BMT merupakan lembaga yang paling sederhana yang saat ini sudah mulai muncul dan tersebar luas di Indonesia.

Setiap perusahaan jasa harus mengedepankan kualitas pelayanannya sehingga bisa terjadi kemajuan dan akan memberi dampak positif bagi kelangsungan perusahaan itu sendiri, maka dari itu BMT Jombang cabang Ngoro berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya, karena pelayanan yang baik bisa menarik para calon nasabah. BMT NU Jombang cabang Ngoro melayani tabungan bagi masyarakat yang ingin menyimpan uangnya secara aman, dan juga melayani masyarakat yang ingin meminjam uang, Pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Jombang cabang Ngoro meliputi berbagai jenis layanan keuangan, seperti pembiayaan, tabungan, dan penjualan produk produk lainnya, Dalam melakukan pelayanan juga menggunakan prinsip kepedulian terhadap kondisi nasabah seperti: menghargai setiap individu yang datang untuk mengajukan pinjaman dan melayani sesuai dengan kebutuhan mereka.

Maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, dan Emphaty* secara persial terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro? (2) Bagaimana pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, dan Emphaty*, secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu: (1) Untuk mengetahui pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, dan Emphaty* secara persial terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro. (2) Untuk mengetahui apakah *Tangible, Reliability, responsiviness, Assurance, Emphaty* berpengaruh secara simultan.

Kualitas pelayanan yaitu upaya memberikan keunggulan layanan yang dijalankan oleh penyedia layanan untuk memenuhi apa yang di inginkan pelanggan serta ketepatan dalam mengimbangi harapan para pelanggan (nadia affriliana). Perusahaan yang memberikan pelayanan yang berkualitas secara konsisten dapat membuat penjualan jasa diperusahaan tersebut lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya. Didalam kualitas layanan ada lima dimensi yang perlu diperhatikan (Indrasai, 2019, p. 65) yaitu: (1) *tangible* seperti: fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi, karyawan. (2) *reliability* seperti: layanan yang

dijanjikan ,akurat dan memuaskan. (3) *responsiveness* : pelayanan yang tanggap, keinginan membantu pelanggan. (2) *assurance* seperti: kesopanan, bebas dari bahaya, bisa dipercaya. (5) *emphaty* seperti : perhatian pribadi, memahami kebutuhan pelanggan, kemudahan komunikasi.

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang harus diutamakan dan dimaksimalkan supaya bisa memberikan dorongan kepada para nasabah untuk tetap bertahan dan tetap dijadikan pilihan (Riyadin, 2019). Setiap perusahaan atau lembaga jasa dituntut untuk mengedepankan kualitas pelayanannya sehingga bisa terjadi kemajuan dan akan memberi dampak positif bagi kelangsungan perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan adalah gambaran evaluasi konsumen pada tahap pelayanan yang didapatkan dengan tingkat pelayanan yang diinginkan (Sugiyanto & Kurniasari, 2020). Kualitas pelayanan adalah jauh mana perbedaan antara realita dan harapan dari para konsumen terhadap layanan yang mereka dapatkan (Dapih, 2021).

Kepuasan pelanggan adalah derajat yang dirasakan seseorang setelah merasakan puas pada suatu produk atau layanan jasa yang diberikan dengan kemungkinan akan menjadi pelanggan jangka panjang (Hasibuan et al., 2021). Persaingan dapat dimenangkan jika suatu perusahaan mampu menarik dan mempertahankan pelanggan atau nasabah, kuncinya adalah harus bisa memahami sepenuhnya perilaku nasabah secara teliti.

Kepuasan nasabah yaitu perasaan atau tanggapan terhadap produk atau layanan yang diberikan industri dengan mempertimbangkan kesempatan mereka dan perasaan puas yang dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Nursalehah et al., 2021). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka waktu yang lama (Hymy et al., 2019)

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode statistik yang dipakai untuk menguji data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan tanpa berniat untuk menarik kesimpulan yang berlaku untuk semua orang atau generalisasi (Sugiyono, 2013, p. 147). Metode kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan dalam pengujian populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan memakai instrumen penelitian, menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan maksud sebagai pengujian hipotesis yang diidentifikasi sebelumnya (Sugiyono, 2013, p. 8). Populasi dalam penelitian yaitu 1.200 orang. Dalam penelitian ini menggunakan perhitungan rumus slovin untuk menghitung jumlah sampel, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(0,1)^2} = 92 \text{ orang}$$

Dengan demikian untuk sampel penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 92 responden.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan jenis nonprobability sampling. Karena semua elemen populasi belum mempunyai kriteria untuk masuk menjadi sampel. Maka peneliti menggunakan jenis purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel dengan mempertimbangkan hal tertentu tidak dengan berdasarkan random.

Hasil dan Pembahasan

setelah dilakukan analisis dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 19,708 | 7.707 | | 2.557 | .012 |
| | Tangible.X1 | .323 | .164 | .203 | 1.967 | .052 |
| | Reliability.X2 | .653 | .169 | .461 | 3.868 | .000 |
| | Responsivines.X3 | -.115 | .299 | -.052 | -.386 | .701 |
| | Assurance.X4 | -.189 | .312 | -.052 | -.606 | .546 |
| | Emphaty.X5 | .406 | .156 | .231 | 2.600 | .011 |

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah.Y

Sumber: data diproses dengan SPSS 26, 2023

Menurut persamaan tersebut maka bisa dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta a sebesar 19,708, artinya jika *tangible*, *reliability*, *responsiviness*, *assurance*, *emphaty* dianggap nol (0) maka kepuasan nasabah pada BMT NU Jombang cabang Ngoro sebesar 19,708.
2. Nilai koefisien regeresi pada variabel *tangible* sebesar 0, 323 sehingga bisa katakan bahwa jika *tangible* naik 1 satuan dan asumsikan variabel yang lainnya tetap maka kepuasan nasabah naik sebesar 0.323 satuan.
3. Nilai koefisien regeresi pada *reliability* sebesar 0,653, sehingga bisa dikatakan bahwa jika *reliability* naik 1 satuan dan asumsikan variabel yang lainnya tetap maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,653 satuan.
4. Nilai koefisien regeresi pada *emphaty* sebesar 0,406, sehingga bisa dikatakan bahwa jika variabel *emphaty* naik 1 satuan dan asumsikan variabel yang lainnya tetap maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,406 satuan.

Uji persial T

Uji persial atau uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap variabel terikat (Y) suatu uji kepada koefisien regresi secara persial (Sa'ada, 2021). tingkat signifikan yang dipakai yaitu 0,05 Berikut adalah hasil pengujian t yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Tabel 2. Hasil uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 19,708 | 7.707 | | 2.557 | .012 |
| | Tangible.X1 | .323 | .164 | .203 | 1.967 | .052 |
| | Reliability.X2 | .653 | .169 | .461 | 3.868 | .000 |
| | Responsivines.X3 | -.115 | .299 | -.052 | -.386 | .701 |
| | Assurance.X4 | -.189 | .312 | -.052 | -.606 | .546 |
| | Emphaty.X5 | .406 | .156 | .231 | 2.600 | .011 |

a. Dependent Variable: KepuasanSabah.Y

Sumber: data diproses dengan SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil uji t dapat di intepretasikan sebagai berikut:

- berdasarkan hasil uji yang sudah dilakukan pada *tangible* hasil signifikansi sebesar $0,052 < 0,05$ sehingga dinyatakan signifikan (*tangible* X1 terhadap kepuasan nasabah Y)
- Berdasarkan hasil uji yang dilakukan pada *reliability* tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan signifikan (*tangible* X2 terhadap kepuasan nasabah Y)
- Berdasarkan hasil uji yang dilakukan pada *responsiviness* diketahui memiliki tingkat signifikan sebesar $0,701 > 0,05$ ini menunjukkan H_0 diterima H_a ditolak sehingga dinyatakan tidak signifikan (*responsiviness* X3 terhadap kepuasan nasabah Y)
- Menurut hasil uji yang dilakukan pada *assurance* memiliki tingkat signifikan $0,546 > 0,05$ ini menunjukkan H_0 diterima H_a ditolak sehingga dinyatakan tidak berpengaruh signifikan (*assurance* X4 terhadap kepuasan nasabah Y)
- Menurut hasil uji yang dilakukan pada *emphaty* diketahui memiliki tingkat signifikan $0,011 < 0,05$ sehingga dinyatakan signifikan (*emphaty* X5 terhadap kepuasan nasabah Y)

Uji f

Hasil dari uji f bisa dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 3. Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 797.463 | 5 | 159.493 | 12.090 | .000 ^b |
| | Residual | 1134.493 | 86 | 13.192 | | |
| | Total | 1931.957 | 91 | | | |

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), EMPHATY, TANGIBLE, ASSURANCE, RELIABILITY, RESPONSIVINESS

Sumber: data di proses dengan SPSS 26. 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dalam hal ini dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka H_0 ditolak H_a diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat peran atau derajat pengaruh variabel independen (x) terhadap variabel dependen (Y) (Sa'ada, 2021). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .642 ^a | .413 | .379 | 3.63205 | 1.949 |
| a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangibel, Assurance, Reliability, Responsiviness | | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan | | | | | |

Sumber: data diproses dengan SPSS 26, 2023.

Menurut tabel diatas menunjukkan hasil regresi linier berganda terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang menunjukkan tingkat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,642 atau mendekati nilai 1 yang bearti terdapat hubungan yang cukup kuat dan R square atau koefisien determinasi R^2 menunjukkan besarnya kontribusi yaitu 0,413 atau 41,3% dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan sisanya adalah 58,7% aspek lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa:

1. *Tangible* berpengaruh secara persial dengan memiliki tingkat signifikan $0,052 < 0,05$. Kemampuan pihak BMT NU Jombang cabang Ngoro dalam memberikan fasilitas seperti ruang tunggu yang nyaman, tempat parkir yang luas, peralatan yang berkenan dengan fasilitas fisik.
2. *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro dengan memiliki tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, kemampuan pihak BMT NU Jombang cabang Ngoro memberikan pelayanan yang sudah dijanjikan secara terpercaya dan akurat sehingga nasabah bisa mengandalkannya.
3. *Responsiviness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT NU dengan memperoleh tingkat signifikan $0,701 > 0,05$. Hal ini dikarenakan pihak BMT NU Jombang cabang Ngoro tidak secara langsung merespon permintaan nasabah.
4. *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro dengan memperoleh tingkat signifikan $0,546 > 0,05$, hal ini dikarenakan sikap atau perilaku yang diberikan pegawai BMT NU Jombang ngoro kurang memberikan rasa yakin

kepada beberapa para nasabah bahwa pegawai BMT NU Jombang ngoro mampu memberikan sesuatu yang baik.

5. *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro dengan memperoleh tingkat signifikan $0,011 < 0,05$, *emphaty* rasa peduli yang dimiliki karyawan BMT NU Jombang cabang Ngoro, memberikan perhatian secara individu sehingga mampu memahami apa yang dibutuhkan para nasabah.

Penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*) berpengaruh secara simultan pada kepuasan nasabah dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan uji koefisien determinasi menghasilkan R Square sebesar 0,413 atau 41,3% variabel kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X) dan sementara sisa dari hasil tersebut yaitu 58,7% berupa kontribusi dari variabel-variabel yang lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan

1. *Tangible* dalam kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro.
2. *Reliability* dalam kualitas pelayanan membuktikan bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro.
3. *Responsiviness* dalam kualitas pelayanan membuktikan bahwa tidak berpengaruh signifikan karena beberapa nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro.
4. *Assurance* dalam kualitas pelayanan membuktikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro.
5. *Empathy* dalam kualitas pelayanan membuktikan bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
6. Secara simultan membuktikan bahwa semua variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*) dalam kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT NU Jombang cabang Ngoro (dependen)

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kepada pimpinan dan karyawan lembaga BMT NU Jombang cabang Ngoro yang telah memberikan izin sebagai tempat pengambilan data untuk penelitian ini.

Referensi

Dapiah. (2021). Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah di Bank BNI Syariah KC Cirebon Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah , dengan diperken. *Journal of Economy and Banking*, 2, 30–36.

- Hasibuan, R. M., Dr. Fitriani Harahap, S.Pd., M., & Armansyah Lubis, S.E., M. . (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- Hymy, B., Tanoto, S., Psi, S., Extn, M. C., Bisnis, J. M., & Petra, U. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. 3(1).
- Indrasai, M. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan* (Vol. 21, Issue 1). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Khairani, M., Siregar, F. A., & Lubis, D. S. (2021). Potensi Pendirian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 1(1), 17–32. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v1i1.3530>
- Nursalehah, R., Zsabilla, Z., & Hatimatunnisani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BJB KCP Kiaracandong Bandung. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5 No 2(1), 11.
- Ramdani Harahap, S. A., & Ghozali, M. (2020). Peran Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Pengembangan Ekonomi Umat. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.30829/hf.v7i1.4058>
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1), 41–50.
- Sa'ada, L. (2021a). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Tambakberas Jombang: LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah.
- Sa'ada, L. (2021b). *STATISTIK INFERENSIAL*. Tambakberas Jombang: LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah.
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). Dimenai Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 3, Issue April). Alfabeta.