

## Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Sepatu New Hunteria Kota Depok)

Albertus Maria Setyastanto<sup>1)</sup>, Maria Assumpta Wikantari<sup>2)</sup>, Ari Wahyu Leksono<sup>3)</sup>, Adhis Darussalam Pamungkas<sup>\*4)</sup>, Renggi Agus Syofyan<sup>5)</sup>

<sup>1,3,4,5)</sup>Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta Pgri, Jakarta

<sup>2)</sup>Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

\*Corresponding Email: [adhis.darussalam.pamungkas@gmail.com](mailto:adhis.darussalam.pamungkas@gmail.com)

ABSTRAK- Pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang berujung pada kepuasan konsumen mempunyai peranan yang sangat penting dalam kemajuan suatu bangsa dan organisasi. Kemajuan ekonomi adalah hasil langsung ketika konsumen menyatakan kepuasan terhadap layanan yang diberikan oleh suatu organisasi. Oleh karena itu, organisasi wajib memastikan karyawannya memberikan layanan terbaik untuk menciptakan pengalaman yang nyaman bagi konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Sepatu New Hunteria Kota Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai regresi  $Y=4,980+0,819X$  yang berarti peningkatan nilai X sebesar 1 satuan maka variabel y juga akan meningkat sebesar 0,819, nilai koefisien tersebut berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh hubungan positif dengan kepuasan konsumen dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 67,076% dan sisanya sebesar 32,924% disebabkan oleh faktor lain. Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung = 14,130 > t tabel 1,984 hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian di masa depan harus fokus pada faktor-faktor lain seperti variasi produk, harga, suasana toko, dan layanan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** *Pelayanan, Kualitas, kepuasan pelanggan*

**Abstract-** Fulfilling daily needs which leads to consumer satisfaction has a very important role in the progress of a nation and organization. Economic progress is a direct result when consumers express satisfaction with the services provided by an organization. Therefore, organizations are obliged to ensure that their employees provide the best service to create a comfortable experience for consumers. Therefore, this research aims to determine the effect of Service Quality on Consumer Satisfaction at the New Hunteria Shoe Store, Depok City. The method used in this research is a quantitative method with a sample of 100 respondents and

data collection techniques using questionnaires. Based on the calculation results, the regression value  $Y=4.980+0.819X$  is obtained, which means that if the value of  $X$  is 10, the value of  $Y$  is 13.869. The coefficient of determination value is 67.076% and the remaining 32.924% is caused by other factors. The results of hypothesis testing obtained a calculated  $t$  value = 14.130 >  $t$  table 1.984, this shows that there is a significant influence between the influence of service quality on consumer satisfaction. Future research should focus on other factors such as product variety, price, store atmosphere, and customer service that influence consumer satisfaction.

Keywords: Service, Quality, customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Semakin banyak usaha dagang yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen di Indonesia saat ini, yang mendorong persaingan dalam dunia usaha. Semakin kompetitif, setiap bisnis harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. meningkatnya tingkat persaingan dan jumlah pesaing memerlukan perhatian terus-menerus terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan serta upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang lebih memuaskan daripada pesaing (Pamungkas & Suprpto, 2020). Memberikan kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan meningkatkan keuntungan sangatlah penting untuk menjalin hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan (Suprpto, 2023).

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah dua konsep yang memiliki keterkaitan penting dalam konteks penelitian ini. Kualitas pelayanan merujuk pada kemampuan suatu organisasi atau perusahaan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan dengan menyediakan layanan yang baik (Setyawati, 2023). Kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut (Fure, 2013), ada lima faktor yang dapat digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan elemen fisik.

Dalam industri jasa, tata kelola yang baik sangat penting untuk memastikan bahwa kualitas pelayanan perusahaan adalah tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Suprpto, 2023). Kualitas pelayanan yang baik berasal dari pemahaman dan pemenuhan ekspektasi pelanggan, bukan dari perusahaan (Aliase, 2018). Dengan demikian, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada pelanggan.

Menurut (Hendarsono, 2020), untuk meningkatkan kualitas pelayanan, faktor-faktor seperti prosedur pelayanan yang dibakukan, waktu penyelesaian, biaya, sarana dan prasarana, dan kompetensi petugas pemberi pelayanan harus dipertimbangkan.

(Armstrong & Kotler, 2012) menyatakan bahwa SERVQUAL adalah salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang paling sering digunakan sebagai acuan dalam penelitian. Ada lima indikator kualitas pelayanan. Lima indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* (keadilan), kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat;
2. *Responsiveness* (ketanggapan), kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat;
3. *Assurance* (jaminan), pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan;
4. *Empathy* (empati), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan;
5. *Tangibles* (benda bergerak), penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.

Pelayanan yang baik sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Konsumen akan lebih puas dengan layanan yang lebih baik dari perusahaan (Setiawan et al., 2019). Selain itu, (Wariki et al., 2015) menemukan bahwa pendapat individu tentang kualitas pelayanan berbeda-beda karena persepsi dan harapan seseorang berbeda. Dalam hal ini, pelayanan dapat didefinisikan sebagai jasa yang diberikan oleh pemilik jasa

yang terdiri dari kemampuan, kemudahan, dan keramahan yang ditujukan untuk kepuasan konsumen melalui sikap dan sifat penjual dalam memberikan pelayanan (Jamaludin et al., 2023).

Kepuasan konsumen akan berdampak pada beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan (Suprpto, H. A., & Saleh, 2022). Secara sederhana, kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu diberikan, sesuai dengan ekspektasi pelanggan, atau kualitas layanan adalah seberapa baik layanan memenuhi spesifikasinya (Rizaldi et al., 2021). Pengukuran kepuasan pelanggan sangat penting untuk memberikan pelayanan yang lebih baik, efisien, dan efektif (Avianty & Waloejo, 2019). Jika pelanggan tidak puas, pelayanan tersebut tidak efektif dan tidak efisien. Jadi, memberikan layanan terbaik adalah cara untuk memuaskan pelanggan.

Toko Sepatu New Hunteria di Kota Depok dipilih sebagai studi kasus karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Toko New Hunteria beralamat di Jl. Arif Rahman Hakim No.2, Depok, Kec. Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat 16431. Pemilik Toko Sepatu New Hunteria ingin mengetahui bagaimana pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap sepatu yang telah dijualnya. Hal tersebut dilakukan agar bisa lebih meningkatkan pelayanan jika ternyata hasilnya kurang sehingga mampu menaikkan kepuasan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel tidak bebas (dependen) adalah variabel yang terpengaruh atau dipengaruhi hasil variabel bebas (independen). Variabel dependen penelitian ini atau mengandung variabel dependen merupakan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan kuantitatif. Rumus Populasi Tidak Diketahui digunakan untuk menghitung jumlah sampel:

$$n = \left( \frac{\left( \frac{Za}{2\sigma} \right)}{e} \right)^2$$

Keterangan

n = jumlah sampel

Za = ukuran tingkat kepercayaan dengan

a = 0,05, maka Z = 1,96

$\sigma$  = standar deviasi = 0,25

e = standard *error* atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5%)

$$\begin{aligned} \text{Perhitungannya:} &= \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 \\ &= 96,04 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Peneliti membuat keputusan khusus untuk memilih sampel responden untuk penelitian ini. Faktor yang dipertimbangkan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: a) Pelanggan yang datang ke Toko Sepatu New Hunteria di Kota Depok dan membeli barang-barang tersebut; b) Pelanggan yang dipilih selama penelitian. Sebagian besar konsumen sampel melakukan pembelian (80% dari sampel dalam penelitian ini) dan sebagian besar tidak melakukan pembelian (20% dari sampel. Skala pengukuran terhadap kuesioner tersedia menyediakan alternatif jawaban pilihan skala Likert 5 poin (Sugiyono, 2018). Dengan pemberian jawaban yang berupa skor, data akan digunakan untuk menghitung tingkat kepuasan konsumen atas suatu kualitas pelayanan. Apabila rata-rata yang diperoleh dari perhitungan di atas hasilnya antara 1,5 sampai dengan 2,5 maka perusahaan harus memperbaiki kualitas pelayanan.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menguji reliabilitas setiap item. Item dapat diterima untuk diuji jika koefisien Cronbach Alpha lebih dari 0,60, yang menunjukkan bahwa item tersebut dapat dianggap handal atau reliabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data tentang Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linear sederhana. Kekuatan hubungan dua variabel diukur dengan analisis korelasi sederhana. Hasil dapat dikategorikan sebagai korelasi positif (nilai x naik, nilai y juga naik), korelasi negatif (nilai x naik, nilai y turun), atau tidak berkorelasi (kedua variabel tidak memiliki hubungan). Analisis koefisien ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment, yang dikembangkan oleh Karl Pearson:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus Koefisien memiliki kisaran yaitu  $-1 < r < +1$  dengan ketentuan sebagai berikut:

$r = 0$ , tidak ada hubungan korelasi antara variabel x dan y

$r = -1$ , terdapat hubungan yang lemah antara variabel x dan y

$r = +1$ , korelasi positif sempurna antara variabel x dan y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Regresi Linear Sederhana.

$$Y = a + bX$$

Setelah diketahui nilai a dan b maka dapat diketahui persamaan regresi yaitu  $Y = 4.980 + 0.819X$ . Hasil ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan (x) dengan kepuasan konsumen (y) dalam model regresi linear sederhana. Dapat diartikan nilai konstanta (a) atau nilai tetap dari persamaan 4,980 artinya Ketika kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen (y) sama 0 maka tingkat kepuasan konsumen adalah 4,980. Bila b sebesar 0,819 artinya setiap kenaikan 1 pada kualitas pelayanan, maka akan naik tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,240.

### 2. Analisis koefisien korelasi

Ditemukan  $r_{xy} = 0,838$  antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, menunjukkan terdapat hubungan linier positif yang relatif sangat kuat

antara kedua variabel tersebut. Artinya, secara umum, jika Kualitas Pelayanan meningkat, kemungkinan besar Kepuasan Konsumen juga akan meningkat, dan sebaliknya.

### 3. Analisis Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien determinasi sebesar 67,076% ditemukan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 67,076%. Sedangkan 32,924% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

### 4. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Dari  $t_{\text{tabel}}$  distribusi t untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = 100 - 2 = 98$  penentuan nilai  $t_{\text{tabel}}$  untuk  $dk = 98$  dilihat dari  $t_{\text{tabel}}$  menunjukkan angka 1,98447.

Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $14,130 > 1,984$ ). Hal ini berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen.

Karena  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  atau  $14,130 > 1,984$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Sepatu New Hunteria Kota Depok. Maka hasil dari perhitungan hipotesis atau uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

## SIMPULAN

Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan  $Y = 4.980 + 0.819X$ , yang menunjukkan hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Intersepsi 4,980 menunjukkan perkiraan Kepuasan Konsumen ketika Kualitas Pelayanan tidak ada, sementara koefisien 0,819 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,819. Koefisien korelasi 0,838 menunjukkan hubungan linier positif yang kuat antara Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 67,076% terhadap Kepuasan Konsumen, dengan

32,924% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, mendukung hipotesis bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sepatu New Hunteria Kota Depok.

Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah melakukan penelitian yang fokus pada faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Toko Sepatu New Hunteria di Kota Depok. Faktor-faktor yang perlu diteliti meliputi variasi produk, harga, suasana toko, dan layanan pelanggan. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang apa yang mendorong kepuasan konsumen di toko tersebut. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya diskusi teoritis dan memberikan panduan praktis bagi manajemen toko dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

Implementasi hasil penelitian ini juga dapat dilakukan melalui pengembangan strategi yang efektif dan program pelatihan untuk staf toko selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rizaldi et al., 2021). Dengan demikian, penelitian lebih lanjut dan implementasi yang tepat akan membantu Toko Sepatu New Hunteria dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, A. N. (2015). Menjadi guru SD yang memiliki kompetensi personal-religius melalui program one day one juz (ODOJ). *Mimbar Sekolah Dasar*, 2(2), 212-223.
- Alawiyah, F. (2013). Peran guru dalam kurikulum 2013. *Jurnal Aspirasi*, 4(1), 65-74.
- Allen, J., & Shockley, B. B. (1998). Potential engagements: Dialogue among school and university research communities. In B. S. Bisplinghoff & J. Allen (Eds.), *Engaging teachers: Creating teaching/researching relationships* (pp. 61-71). Portsmouth, NH: Heinemann.
- Ardiansyah, J. (2013). Peningkatan kompetensi guru bidang pendidikan di Kabupaten Tana Tidung. *EJournal Pemerintahan Integratif*, 1(1), 38-50.



- Borko, H., & Whitcomb, J. A. (2008). Teachers, teaching, and teacher education: Comments on the national mathematics advisory panel's report. *Educational Researcher*, 37(9), 565–572. <https://doi.org/10.3102/0013189X08328877>
- Bullough, R. V., & Pinnegar, S. (2001). Guidelines for quality in autobiographical forms of self-study research. *Educational Researcher*, 30(3), 13–21. <https://doi.org/10.3102/0013189X030003013>
- Burgener, L. & Barth, M. (2018). Sustainability competencies in teacher education: Making teacher education count in everyday school practice. *Journal of Cleaner Production*, 174, 821-826. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.263>
- Chatib, M. (2014). *Gurunya Manusia*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Cheruvu, R. (2014). Focus on teacher as researcher: Teacher educators as teacher researchers: Practicing what we teach. *Childhood Education*, 90(3), 225–228. <http://doi.org/10.1080/00094056.2014.911636>
- Clayton (Missouri) Research Review Team: Beck, C., Dupont, L, Geismar-Ryan, L, Henke, L, Pierce, K. M., & Von Hatten, C. (2001). Who owns the story? Ethical issues in the conduct of practitioner research. In J. Zeni (Ed.), *Ethical issues in practitioner research* (pp. 45-58). New York: Teachers College Press.
- Cochran-Smith, M., & Lytle, S. L. (2009). *Inquiry as stance: Practitioner research for the next generation*. New York: Teachers College Press.
- Farjon, D., Smits, A., & Voogt, J. (2019). Technology integration of pre-service teachers explained by attitudes and beliefs, competency, access, and experience. *Computer & Education*, 130, 81-93. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.11.010>
- Hammack, F. M. (1997). Ethical issues in teacher research. *Teachers College Record*, 99(2), 247–265.
- Hammer, D., & Schifter, D. (2001). Practices of inquiry in teaching and research. *Cognition and Instruction*, 19(4), 441–478. [https://doi.org/10.1207/S1532690XCI1904\\_2](https://doi.org/10.1207/S1532690XCI1904_2)
- Hammersley, M. (1993). On the teacher as researcher. *Educational Action Research*, 1(3), 425–445. <http://doi.org/10.1080/0965079930010308>
- Hattie, J. A. C. (2009). *Visible Learning: A Synthesis of Over 800 Meta-Analyses Relating to Achievement*. London: Routledge.
- Hiebert, J., Gallimore, R., & Stigler, J. W. (2002). A knowledge base for the teaching profession: What would it look like and how can we get one? *Educational Researcher*, 31(5), 3–15. <https://doi.org/10.3102/0013189X031005003>
- Kapuscinski, P. (1997). The collaborative lens: A new look at an old research study. In H. Christiansen, L. Goulet, C. Krentz, & H. Maeers (Eds.), *Recreating relationships: Collaboration and educational reform* (pp. 3-12). Albany, NY: State University of New York Press.

- Karababa, Z. C. & Caliskan, G. (2013). Teacher competencies in teaching Turkish as a foreign language. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 70, 1545-1551. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.01.222>
- Keffer, A., Wood, D., Carr, S., Mattison, L., & Lanier, B. (1998). Ownership and the well-planned study. In B. S. Bisplinghoff & J. Allen (Eds.), *Engaging teachers: Creating teaching/researching relationships* (pp. 27-34). Portsmouth, NH: Heinemann.
- Kim, M. K., Xie, K., & Cheng, S. L. (2017). Building teacher competency for digital content evaluation. *Teaching and Teacher Education*, 66, 309-324. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.05.006>
- Leonard. (2018). Task and forced instructional strategy: Instructional strategy based on character and culture of Indonesia nation. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 8(1), 51–56. <http://dx.doi.org/10.30998/formatif.v8il.2408>
- Marti, A. D. (2012). Pendidikan inklusif di sekolah dasar Kota Padang. *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus*, 1(3).
- Marzano, R. J. (2003). *What works in schools: Translating research into action?* Alexandria, Virginia: Association for Supervision and Curriculum Development.
- Musfah. (2012). *Peningkatan Kompetensi Guru*. Jakarta: Kencana.
- Nasongkhla, J. & Sujiva, S. (2015). Teacher competency development: Teaching with tablet technology through Classroom Innovative Action Research (CIAR) coaching process. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 174, 992-999. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.723>
- Nousiainen, T., Kangas, M., Rikala, J., & Vesisenaho, M. (2018). Teacher competencies in game-based pedagogy. *Teaching and Teacher Education*, 74, 85-97. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2018.04.012>
- Peiris, S. (2013). Environmental education program goals and growth: The role of funding, administrative capacity, target population, and program structure. *Waste Management Education Programs*, Spring, 1-13. Retrieved from: [https://nature.berkeley.edu/classes/es196/projects/2013final/PeirisS\\_2013.pdf](https://nature.berkeley.edu/classes/es196/projects/2013final/PeirisS_2013.pdf)
- Richey, R.C. & Nelson, W.A. (2000). *Handbook of Research for Educational Communication and Technology*. New York: Macmillan Library.
- Ritchie, J. S., & Wilson, D. E. (2000). *Teacher narrative as critical inquiry: Rewriting the script*. New York: Teachers College Press.
- Rust, F., & Meyers, E. (2003). Introduction. In E. Meyers & F. Rust (Eds.), *Taking action with teacher research* (pp. 1-16). Portsmouth, NH: Heinemann.
- Samsudin, M. (2016). *Pengembangan Model Desain Program Pelatihan Manajemen dan Kepemimpinan Pimpinan Perguruan Tinggi Muhammadiyah*. Unpublished Dissertation. Jakarta State University.
- Senese, J. C. (2001). The action research laboratory as a vehicle for school change. In G. Burnaford, J. Fischer, & D. Hobson (Eds.), *Teachers doing research:*

- The power of action through inquiry* (pp. 307-325). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Silander, T. (2013). Pedagogical environments – Case Finland. *Formazione & Insegnamento*, 11(4), 51–62. [http://doi.org/10746/-fei-XI-03-13\\_02](http://doi.org/10746/-fei-XI-03-13_02)
- Suryani, C. (2015). Implementasi supervisi pendidikan dalam meningkatkan proses pembelajaran di MIN Sukadamai Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Didaktika: Media Ilmiah Pendidikan dan Pengajaran*, 16(1), 23-42.
- Suprpto, H. A. (2023). Business Plan Proposal Preparation Training for Tsanawiyah Madrasah Students. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(3), 207-216.
- Talaia, M., Pisoni, A., & Onetti, A. (2016). Factors influencing the fund-raising process for innovative new ventures: an empirical study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(2), 363-378.
- Tandberg, D. (2010). Interest groups and governmental institutions: The politics of state funding of public higher education. *Educational Policy*, 24(5), 735-778.
- Varghese, C., Vernon-Feagans, L., & Bratsch-Hines, M. (2019). Associations between teacher-child relationships, children's literacy achievement, and social competencies for struggling and non-struggling readers in early elementary school. *Early Childhood Research Quarterly*, 47, 124-133. <https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2018.09.005>
- Verner, I., Massarwe, K., & Bshouty, D. (2019). Development of competencies for teaching geometry through an ethnomathematical approach. *Journal of Mathematical Behavior*, 56, 100708. <https://doi.org/10.1016/j.jmathb.2019.05.002>
- Walberg, H. J. (2006). Improving educational productivity: An assessment of extant research. In R. F. Subotnik & H. J. Walberg (Eds.), *The scientific basis of educational productivity* (pp. 103–160). Greenwich, Co: IAP
- Wells, G. (2001). The development of a community of inquirers. In G. Wells (Ed.), *Action, talk, & text: Learning and teaching through inquiry* (pp. 1-22). New York: Teachers College Press.
- Zeichner, K. (2003). Teacher research as professional development for P-12 educators in the USA. *Educational Action Research*, 11(2), h. 301-326.
- liase, R. R. (2018). *Studi Kualitas Pelayanan (Service Quality) Perpustakaan Dalam Meningkatkan Minat Baca Peserta Didik Di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 15 Palu*. IAIN Palu.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (1 ed.). Prehalindo.
- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *J+ UNESAurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 67–72. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.23662>
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.

- Hendarsono, D. (2020). Manajemen pelayanan keamanan masyarakat berbasis IT guna menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban masyarakat: Program Panic Button on hand polres Malang kota. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 15(2), 108–117. <https://doi.org/10.20473/jsd.v15i2.2020.108-117>
- Jamaludin, A., Fabiola, D. M., Pamungkas, A. D., & Apipuddin. (2023). PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RM AW IMMANUEL RAWASARI JAKARTA. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 10(2), 120–134. <https://doi.org/10.30998/jabe.v10i2.20814>
- Pamungkas, A. D., & Suprpto, H. A. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen dan Riset Pemasaran*. CV Berkah Saintek.
- Rizaldi, R. O., Bakkareng, & Hadya, R. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Honda Gajah Motor Cabang Khatib Sulaiman Kota Padang. *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen dan Bisnis)*, 3(4), 754–767. <https://ejournal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/435/447>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, 9(2), 114–126.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *INOVASI: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 19(1), 57–63. <https://doi.org/10.30872/jinv.v19i1.12660>
- Suprpto, H. A., & Saleh, S. (2022). The Role Community Consumption, Inflation and Human Development Index On Economic Growth In West Java. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 3(4), 579-584.
- Suprpto, H. A. (2023). Business Plan Proposal Preparation Training for Tsanawiyah Madrasah Students. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(3), 207-216.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Alfabeta.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>