

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LIMAS PRIMA STEEL KOTA TANGERANG

Dedek Kumara¹, Iip Marlia²
Universitas Pamulang, Banten
dosen01730@unpam.ac.id¹

Submitted: 28th July 2021/ **Edited:** 08th Sept 2021/ **Issued:** 01st Oct 2021

Cited on: Kumara, D., & Marlia, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LIMAS PRIMA STEEL KOTA TANGERANG. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 681-690.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on purchasing decisions at PT. Limaz Prima Steel Tangerang, either partially or simultaneously. The method used is the associative method. The sampling technique used was random sampling using a sample of 85 respondents. Data analysis used validity test, reliability test, classic assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of this study are Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 14.207 + 0.380X_1$, a correlation value of 0.630 means that the two variables have a strong level of relationship with a determination coefficient of 39.7%. Hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(7,398 > 1,989)$. Thus H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that there is a significant influence between Product Quality and Customer Satisfaction. Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 9,531 + 0.652 X_2$, the correlation value is 0.702, meaning that both have a strong relationship level with a determination coefficient of 49.2%. Hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(8.974 > 1.989)$. Thus H_0 is rejected and H_2 is accepted, meaning that there is a significant influence between Service Quality and Customer Satisfaction. Product Quality and Service Quality have a significant effect on Customer Satisfaction with the regression equation $Y = 6.875 + 0.180X_1 + 0.470X_2$. The correlation value of 0.737 means that the independent variable and the dependent variable have a strong level of relationship with a determination coefficient of 53.4% while the remaining 46.6% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained the value of $F_{count} > F_{table}$ or $(48,741 > 2,720)$. Thus H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that there is a significant influence simultaneously between Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Limaz Prima Steel Tangerang

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang di hadapi perusahaan – perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang (Khairusy & Febriani, 2020). Dalam hal ini PT Limaz Prima Steel mengalami kendala dalam waktu kerja yang seharusnya sesuai dengan jam operasional perusahaan sehingga mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena ada pengeluaran tak terduga untuk membayar gaji karyawan yang bekerja diluar jam operasional perusahaan. Selain kerugian materi perusahaan juga mengalami kerugian non materi seperti penyuntingan ulang pada laporan karena adanya perubahan (Marpaung & Mekaniwati, 2020).

Perusahaan tidak akan berdiri dan berjalan tanpa adanya pelanggan namun tidak cukup sampai disitu, *feedback* antar pelanggan dan perusahaan sangatlah penting (Siswanto, Adhilla, & Purwoko, 2020). PT Limaz Prima Steel sering mendapatkan *complain* dari pelanggan tentang kualitas produk dan pelayanan. Dalam segi produk banyak pelanggan yang mengatakan kualitas produk tidak sesuai dengan standar nasional Indonesia sehingga banyak produk yang di kembalikan. Tidak hanya dalam segi produk saja. PT Limaz Prima Steel juga mendapatkan *complain* dalam hal pelayanannya banyak pelanggan yang mengeluh mengenai kecepatan dalam pengiriman barang yang terlalu lama proses pengirimannya sehingga barang tidak cepat samapi di tangan pelanggan. Selain itu pelanggan juga mengeluh karena sering terjadinya keterlambatan dalam merespon. Sehingga mengakibatkan pelanggan yang tidak bertahan lama untuk membeli produk di PT Limaz Prima Steel dan berpindah ke tempat lain.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa berkualitas dengan harga yang murah, penyerahan yang lebih cepat, dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan pada sebuah perusahaan dibidang pelayanan, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik (Yulianto, et, al., 2020). Perlu disadari oleh perusahaan bahwa setiap komplaian yang diterima pelanggan merupakan indikasi pelanggan tersebut masih akan tetap setia. sudah seharusnya setiap komplain yang disampaikan oleh para pelanggan yang mempunyai masalah, disambut dengan ucapan terima kasih oleh

petugas pelayanan (Kasir). Perusahaan wajib berterima kasih Karena komplain memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk melakukan penyempurnaan. jika hal ini dapat diatasi dengan baik maka pelanggan tidak ragu untuk tetap memilih PT Limaz Prima Steel sebagai toko besi utama (Alvianna, 2020; Felicia, 2020).

Berdasarkan data penelitian menunjukkan bahwa PT. Limaz Prima Steel secara internal memiliki beberapa standar operasional yang ditetapkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen berdasar pada kriteria jenis layanan. Dari tabel tersebut menginformasikan bahwa antara kondisi ideal atau standar yang ditentukan belum semuanya dapat dilaksanakan dengan baik. Hal itu seperti jam buka kantor pendaftaran yang tidak tepat waktu, pelayanan petugas yang masih ada yang kurang optimal atau ramah, prosedur layanan yang kurang sesuai juga sarana penunjang lainnya yang belum sesuai. Masih banyak konsumen yang mengeluh atas pelayanan yang diberikan pihak PT Limaz Prima Steel terutama tentang kepeduliannya pihak PT Limaz Prima Steel terhadap konsumen, dan fasilitas yang kurang diperhatikan.

Berdasarkan data penelitian menginformasikan bahwa PT Limaz Prima Steel memiliki beberapa macam produk. Diantaranya, besi beton yang memiliki banyak ukuran dari mulai ukuran yang paling kecil yaitu 6 mm sampai yang paling besar yaitu 13 mm untuk besi beton sendiri memiliki bentuk yang berbeda – beda untuk besi 6,8,10 dan 12 mm tidak memiliki motif atau polos sedangkan ada beberapa ukuran yang memiliki motif yaitu besi 10 mm dan besi 13 mm. Secara umum besi beton di gunakan sebagai rangka utama untuk menyusun strukturbangunan baik itu bangunan yang sederhana maupun yang bertingkat-tingkat. Jadi besi beton untuk menahan dan menarik sekaligus sebagai tulang-tulang dalam proses pembangunan sebuah gedung. Selain besi beton PT Limaz Prima Steel mempunyai produk besi hollow. Untuk besi hollow ini hanya memiliki dua macam yaitu hollow *black steel* dan hollow galvanized dari kedua macam hollow ini memiliki karakteristik yang berbeda, besi hollow *black steel* atau yang sering di sebut besi hollow hitam adalah salah satu jenis besi yang ukuran panjangnya sudah di standarisasi, karena memang penggunaannya biasanya cocok digunakan untuk pembuatan pagar.

Berbahan dasar baja hitam membuat besi ini memiliki tekstur yang sangat tebal dan kuat saat digunakan karena berbahan besi hitam sehingga membuat jenis besi ini mudah berkarat. Sedangkan besi hollow galvanized jenis besi ini di dalamnya terdapat

lapisan finishing yang mengandung zing coating 97% . Tak hanya zing coating, jenis ini memiliki kadar aluminium serta beberapa zat-zat lainnya yang jika di total ada sekitar 3% sehingga tidak mudah berkarat. Jenis ini biasanya banyak digunakan untuk pembuatan pagar, kanopi, dan beberapa hasil bangunan lainnya.

Produk selanjutnya yaitu baja ringan yaitu suatu material bahan bangunan yang biasanya digunakan untuk konstruksi atap bangunan, baik itu untuk rumah, gudang, tempat parkir, pabrik, maupun bangunan lainnya. Baja ringan pada umumnya terbentuk dari bahan dasar campuran antara seng dan aluminium serta material tambahan lainnya yang kemudian dibentuk sesuai dengan profil yang diinginkan. Selain dari ketiga produk tersebut PT. Limaz Prima Steel mempunyai produk yaitu Spandex yang merupakan salah satu jenis atap rumah yang terbuat dari percampuran bahan aluminium serta seng. Komposisi rasio yang digunakan untuk membuat atap spandek adalah 55% aluminium dan 43% dari seng. Sisanya menggunakan bahan dari silicon. Dan yang terakhir dari produk PT Limaz Prima Steel yaitu Bondex yang digunakan sebagai pengganti papan untuk membungkus material coran dan menahan tekanan beton saat akan membuat bangunan bertingkat.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan fokus utama perusahaan dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing (Nasfi, et, al., 2020). Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan (Susanti, 2020).

Kualitas Pelayanan

Menurut Putri & Anggraini (2020) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima (Mariansyah & Syarif, 2020). Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang

sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung (Mahira, et, al., 2021; Santosa, J et, al., 2020).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Rasmikayati, et, al. (2020) kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan (Rahfizah, et, al., 2020).

Kepuasan pelanggan di tentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Pernyataan yang fundamental adalah apa yang sebenarnya yang membuat pelanggan puas (Resti, 2021). Sedangkan menurut Andriyani & Ardianto (2020) kepuasan pelanggan merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan dan yang di terima.

METODE PENELITIAN

Berikut ini langkah-langkah ilmiah yang digunakan di dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Jenis penelitian adalah kuantitatif;
2. Metode penelitian adalah pendekatan deskriptif;
3. Teknik sampling dengan menggunakan probability sampling dengan jenis random sampling
4. Sampel sebanyak 85 responden dengan ketentuan rumus slovin
5. Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data
6. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, regresi, dan korelasi.
7. Uji Hipotesis terdiri dari uji t dan uji f
8. Subjek penelitian adalah pelanggan PT Limaz Prima Steel, Kota Tangerang Selatan.

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif Penilaian Responden

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1),

Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam menganalisis, penulis menggunakan analisa deskriptif dengan memberikan gambaran mengenai hasil penelitian, bagaimana karakteristik subyek penelitian sehubungan dengan variabel yang diteliti. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan pembobotan terhadap skor masing-masing variabel dengan memberikan skor total dengan jumlah item dari variabel yang dibobot, melalui pertanyaan yang diberikan peneliti dalam kuesioner. Pembobotan dalam penelitian ini pernyataan pada variabel Kualitas Produk diperoleh rata-rata skor 3.83 termasuk pada rentang skala 3,40-4,19 dengan kriteria setuju, artinya mayoritas responden memberikan jawaban setuju. Responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar 64,8% dan responden yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju mencapai 35,2%.

Tanggapan responden pada variabel Kualitas Pelayanan diperoleh rata-rata skor 3.84 termasuk pada rentang skala 3,40-4,19 dengan kriteria setuju, artinya mayoritas responden memberikan jawaban setuju. Responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar 67,2% dan responden yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju mencapai 32,8%.

Tanggapan responden variabel Kepuasan Pelanggan diperoleh rata-rata skor sebesar 3.84 termasuk pada rentang skala 3,40- 4,19 dengan kriteria setuju, artinya mayoritas responden memberikan jawaban setuju. Responden yang menjawab sangat setuju dan setuju sebesar 65,9% dan responden yang menjawab kurang setuju dan tidak setuju mencapai 34,1%.

Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil olah data, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 14,207 + 0,380X_1$ dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 14,207 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X_1) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 14,207 *point*.
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,380 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,380 *point*.

Uji Hipotesis 2

Berdasarkan hasil olah data, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 9,531 + 0,652X_2$ dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 9,531 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_2) tidak ada, maka telah terdapat nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 9,531 *point*.
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,652 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,652 *point*.

Uji Hipotesis 3

Berdasarkan hasil olah data, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 6,875 + 0,180X_1 + 0,470X_2$ dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,875 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) tidak dipertimbangkan maka Kepuasan Pelanggan (Y) hanya akan bernilai sebesar 6,875 *point*.
2. Nilai Kualitas Produk (X_1) 0,180 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,180 *point*.
3. Nilai Kualitas Pelayanan (X_2) 0,470 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Produk (X_1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,470 *point*.

Analisis Korelasi

Berdasarkan hasil olah data, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,492 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 49,2% sedangkan sisanya sebesar $(100 - 49,2\%) = 50,8\%$ dipengaruhi faktor lain.

Uji Signifikansi

Hasil pengujian statistik maka diperoleh temuan sebagai berikut:

1. Pada pengujian hipotesis pertama diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,398 > 1,989)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pada pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,974 > 1,989)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Pada pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(48,741 > 2,720)$, hal ini juga diperkuat dengan $p\ value < Sig.0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Limaz Prima Steel Kota Tangerang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian secara matematis mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 14,207 + 0,380X_1$, nilai korelasi sebesar 0,630 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 39,7%. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,398 > 1,989)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian secara matematis mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 9,531 + 0,652X_2$ nilai korelasi sebesar 0,702 artinya kedua memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi sebesar 49,2%. Uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,974 > 1,989)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima

artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian secara matematis mengemukakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 6,875 + 0,180X_1 + 0,470X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,737 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan koefisien determinasi

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S. (2020). Pengaruh Kualitas Harga Layanan dan Kepuasan terhadap Kesetiaan Usia Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Media Wisata*, 18(1), 69-80.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140.
- Felicia, N. (2020). Studi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) untuk Kategori Produk Food. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 54-59.
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan KFC Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 19-30.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29-38.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19-38.
- Putri, D. A., & Anggraini, M. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT KUNANGO JANTAN PADANG. *Matua Jurnal*, 2(2), 466-477.
- Rahfizah, R. Z., Supaino, S., & Kholil, A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TABUNGAN iB HASANAH

TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG MEDAN. *NISBAH: JURNAL PERBANKAN SYARIAH*, 6(1), 23-29.

- Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., Kusno, K., & Rizkiansyah, R. (2020). Analisis Faktor dan Tingkat Kepuasan Ditinjau dari Kualitas Produk dan Pelayanan pada Konsumen Sayuran Organik Di Lotte Mart Kota Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 351-364.
- Resti, I. M. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Varian Produk dan Kualitas Produk. *jurnal of admiration*, 2(2), 278-282.
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2020). PERAN KEPUASAN DI DALAM MEMEDIASI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK JATENG CABANG PURWODADI. *EXCELLENT*, 7(1), 16-24.
- Siswanto, H., Adhilla, F., & Purwoko, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pasar Bisnis (Studi pada CV Kreasindo Mitra Pratama). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 92-96.
- Susanti, L. (2020). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 142-158.
- Yulianto, A. R., Subariyanti, H., & Wardhana, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL EKONOMI*, 22(2), 165-177.