

Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Dan Harga Pada Produk E-Commerce Alfagift

Reynoldus Andrias Sahulata

Prodi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Klabat
Jl. Arnold Mononutu, Airmadidi Minahasa Utara 95371, Sulawesi Utara
e-mail: rey_sahulata@unklab.ac.id

Abstrak

Persaingan antar sesama bisnis ritel, membuat Alfamart meluncurkan produk unggulan untuk melayani masyarakat pelanggannya dengan nama produk Alfagift. Bentuk layanan Alfagift diharapkan dapat meningkatkan mutu layanan dan untuk meningkatkan kedatangan pelanggan pada semua gerai Alfagift. Dengan menggunakan produk Alfagift ini, para pelanggan Alfamart dapat memperoleh kemudahan dalam pemesanan, pembayaran, dan mereka juga dapat menghemat waktu mereka karena pesanan mereka akan diantarkan langsung ke tempat pelanggan dalam waktu kurang dari 1 jam. Sementara harga yang diberikan dari penggunaan Alfagift sangat menguntungkan bagi pelanggan. Dimana pelanggan mendapatkan keuntungan berupa voucher, poin, dan promo menarik dari setiap pembelian produk dengan menggunakan Alfagift. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pengguna E-Commerce Alfagift di kalangan mahasiswa Universitas Klabat. Pengumpulan data penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa pengguna E-commerce Alfagift. Metode yang digunakan adalah metode Multiple Linear Regression melalui pendekatan secara deskriptif dengan variabel independen Layanan (X1) dan Harga (X2), serta variabel dependen E-Commerce Alfagift (Y). Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Layanan dan Harga berpengaruh secara signifikan sebesar 62,5% terhadap variabel E-Commerce Alfagift, dan 37,5% faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen yang tidak diteliti.

Kata kunci: Analisis Kepuasan pelanggan, E-Commerce, SPSS.

Abstract

Growing competition from other retailers, Alfamart has introduced improved products under the Alfagift brand to better serve its clientele. It is anticipated that Alfagift's service form will raise consumer arrivals at all Alfagift locations and enhance service quality. Alfamart clients may save time and enjoy convenience in purchasing and paying with this Alfagift offering since their goods will be delivered right to their door in less than an hour. Customers can profit much from the prices offered for using Alfagift in the meantime. where consumers who use Alfagift for every product purchase receive rewards in the form of coupons, points, and alluring promotions. The purpose of this study is to ascertain how satisfied students at Klabat University are with Alfagift E-Commerce. delivering questionnaires to students who utilize Alfagift E-commerce in order to gather research data. With the dependent variable being E-Commerce Alfagift (Y) and the independent variables being Service (X1) and Price (X2), the Multiple Linear Regression method with a descriptive approach is the technique employed. The study's findings indicate that the variables of price and service have a substantial impact of 62.5% on the Alfagift E-Commerce variable, while other elements that affect consumers' inclination to purchase were not examined in 37.5% of the cases.

Keywords: Customer Satisfaction Analysis, E-Commerce, SPSS

1. Pendahuluan

Android merupakan salah satu sistem operasi yang banyak digunakan pada saat ini. Smartphone berbasis Android sangat membantu user dalam melakukan berbagai aktivitas seperti berbelanja online, berkomunikasi, presentasi, dan masih banyak lagi. Android adalah salah satu sistem operasi berbasis linux. Kelebihan Android dibanding sistem operasi mobile phone atau smartphone lainnya adalah Android bersifat open source code sehingga memudahkan para pengembang untuk menciptakan dan memodifikasi aplikasi atau fitur – fitur yang belum ada pada sistem operasi Android sesuai dengan keinginan mereka sendiri. Semakin berkembangnya teknologi pada masa sekarang juga memicu berkembangnya file-file jahat yang biasa disebut sebagai malware. Malware merupakan program

komputer yang diciptakan dengan tujuan mencari kelemahan atau bahkan merusak software atau sistem operasi, malware biasanya menyusup kedalam suatu program atau aplikasi dan merusak sistem Android bahkan ada yang bisa mencuri file-file penting yang ada dalam perangkat smartphone, sehingga banyak pengguna yang merasa dirugikan. Malware merupakan perangkat lunak yang secara eksplisit didesain untuk melakukan aktifitas berbahaya atau merusak perangkat lunak lainnya, seperti Trojan, Virus, Spyware dan Exploit. Malware dibuat untuk tujuan tertentu, sehingga banyak pengguna yang merasa terganggu bahkan merasa dirugikan oleh malware. Aktivitas berbahaya yang diakibatkan oleh malware sangatlah merugikan bagi para korbannya, mulai dari kerusakan pada sistem operasi Android, informasi pribadi yang dicuri, serta aktifitas yang diintai dan disadap. System call merupakan cara bagi program atau aplikasi untuk meminta service dari kernel sistem operasi. Setiap aplikasi pasti memanggil system call, oleh karena itu dengan mengamati system call dapat diamati pula tingkah laku dari sebuah aplikasi. Malware yang sedang beroperasi pada sistem Android pun bisa dilihat tingkah lakunya dari system call yang didapat. Suatu kesempatan bagi para wirausaha sebagai media untuk memperdagangkan barang melalui pemanfaatan teknologi tersebut sebagai suatu peluang bisnis yang menguntungkan secara finansial. PT. Hasilindo Utama Investama merupakan salah satu perseroan terbatas di daerah Dusun Katteong, Desa Samaenre, Kec. Mattiro Sompe, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan yang bergerak di bidang pertambangan, dimana tujuan usahanya adalah pengelolaan batu split. Namun dalam hal operasionalnya, termasuk dalam penerimaan pesanan masih menggunakan sistem manual yaitu dilakukan dengan cara ditulis tangan yang bisa mengakibatkan terjadinya kesulitan dalam pengelolaan data penerimaan pesanan, seperti pencatatan jumlah pesanan maupun harga pesanan yang telah disepakati dan juga beresiko tidak aman pada data – data pemesanan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dibuatlah Pertumbuhan ritel di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, dimana penguasaan pasar Alfamart mencapai 37,5% dan Indomaret 42,9% [1].



Gambar 1. Peringkat Waralaba-Ritel tertinggi di Indonesia

Alfamart merupakan perusahaan ritel minimarket yang pengoperasian manajemen berupa toko, pemasokan produk, gudang barang atau tempat penyimpanan stok barang, disamping itu perusahaan juga sangat memperhatikan pelayanan mereka terhadap pelanggan yang berbelanja di tokonya.

Melihat pola layanan berbelanja di Alfamart seperti itu, maka PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk meluncurkan aplikasi Alfagift. Alfagift diluncurkan melalui Alfamart pada tahun 2015 oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk [2]. Alfagift merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbelanja online, dengan menghadirkan berbagai fitur yang menarik dan mempermudah dalam pembayaran, dan mempermudah konsumen dalam membawa barang belanjaan mereka yang semula harus ke toko dan membawa barang belanjaan namun sekarang dengan kehadiran Alfagift, konsumen tinggal memilih barang lewat aplikasi Alfagift dan akan diantarkan ke rumah, keuntungan lain yang bisa didapatkan adalah dapat memperoleh promo spesial, voucher, dan dapat mengumpulkan poin dan koin yang didapatkan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Salah satu keuntungan utama dari penggunaan Alfagift adalah kemudahan dan

ketersediaan produk. Pelanggan dapat membeli voucher game, dan layanan lainnya dengan harga terjangkau dan proses pembelian bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, tanpa harus pergi ke Alfamart. Selain itu, Alfagift menyediakan banyak pilihan voucher digital untuk berbagai keperluan, seperti voucher belanja online, voucher hiburan, voucher travel, dan produk turunannya [3]. Sehingga pelanggan dapat menggunakan Alfagift untuk memperoleh lebih banyak diskon dan promo menarik saat pembelian. Alfagift juga telah terbukti sebagai platform yang aman dan terpercaya. Alfagift menjamin keamanan transaksi pembelian pelanggan dengan mengadopsi standar keamanan yang ketat pada setiap transaksi [4].

Dengan menggunakan sampel data dari mahasiswa yang berada di Universitas Klabat, yang menggunakan Alfagift untuk melakukan pembelanjaan keperluan sehari-hari karena kemudahan yang diperoleh, dimana tidak diperlukan penggunaan uang tunai dalam bertransaksi, sehingga dapat memperkecil risiko serta kemudahan dalam bertansaksi.

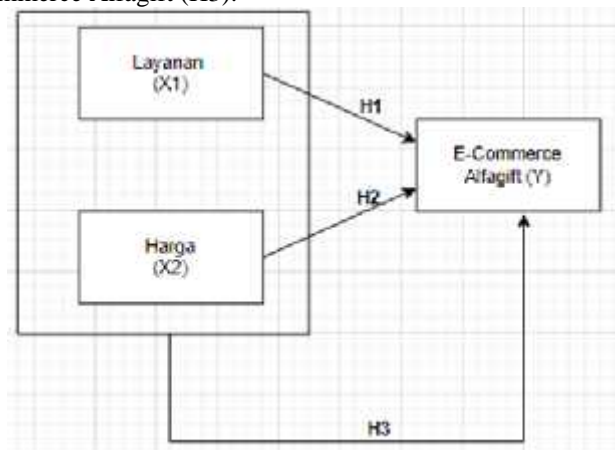
Melalui penggunaan *e-commerce* Alfagift peneliti akan memastikan apakah penggunaan Alfagift berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pelayanan dan apakah harga yang ditawarkan bersaing dan menarik atau tidak, sehingga peneliti dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan pengguna Alfagift terhadap layanan dan harga yang ditawarkan. Suatu penelitian dengan judul PERANCANGAN APLIKASI PURCHASE ORDER BERBASIS ANDROID PADA PT. HASILINDO UTAMA INVESTAMA.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif yang diolah dengan software Microsoft Excel for windows dengan program SPSS, yaitu dengan mendeskripsikan suatu fenomena berdasarkan analisis terhadap data yang diperoleh.

2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian berfokus pada pengaruh tingkat kepuasan pelayanan dan harga pengguna Alfagift, dengan variable independen : kepuasan Layanan (X1), Harga (X2), dan secara bersamaan/kesesuruhan (X1 dan X2) terhadap *e-Commerce* dan Alfagift (Y) sebagai variable dependen [5]. Hipotesa yang dibangun adalah pengaruh Layanan (H1) dan Harga (H2), dimana ke dua variable independen di uji masing-masing untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *E-Commerce* Alfagift (Y), serta pengujian secara bersamaan/simultan pada kedua variable independent kepuasan Layanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh terhadap E-Commerce Alfagift (H3).



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

2.2. Populasi dan Sample Penelitian

Populasi merupakan jumlah daerah yang didalamnya ada object atau pun subject atau kualitas yang karakteristik ditetapkan oleh peneliti dan digunakan untuk dipelajari dan dibuat kesimpulan dalam penelitian. Populasi yang diambil adalah mahasiswa/i aktif tahun ajaran 2023/2024 Universitas Klabat. Sample adalah jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin $n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$, dimana mekanisme perolehan sampel berasal dari 50 gerai Alfamart yang ada di Minahasa Utara dan Manado dengan total populasi(N) pengguna Alfagift sebanyak 1250, dengan menggunakan rumus Solvin, maka jumlah sampel yang

dibutuhkan adalah 92,59259. Oleh karena itu, untuk penelitian yang lebih baik, peneliti yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 97 sampel [6..14].

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan sample yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 97 sample, maka semua sample yang ada dilakukan serangkaian uji untuk mendapatkan akurasi hasil pada penelitian ini melalui

3.1. Uji Validitas

Di mana, uji validasi harus dilakukan agar peneliti dapat mengukur ketepatan pada data variable yang digunakan dalam hal ini pada variable layanan dan harga terhadap *e-commerce* Alfagift yaitu dengan melakukan perhitungan korelasi antara skor pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *product momen* yaitu, Jika nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$, maka nilai dari data tersebut valid dan apabila $r_{Hitung} < r_{Tabel}$, maka nilai dari data tersebut dinyatakan tidak valid. Korelasi digunakan untuk menguji hubungan dari dua variable dari data yang memiliki skala interval yang dinyatakan dalam formula[15],[16]

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

Dengan hasil valid disebabkan r (corrected item) > 0.279 melebihi nilai korelasi lebih besar dari 0.05.

3.2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas untuk mengukur data seberapa konsisten alat pengukuran dalam mengukur sebuah peristiwa yang terjadi. Reliabilitas dapat di ketahui dari koefisiensi *cronbach alpha*. Jika nilai yang dihasilkan yaitu $< 0,6$ maka reliabilitas dari data tersebut buruk. Namun, jika nilai berbeda $0,6 - 0,7$ maka reliabilitasnya dapat diterima dan jika nilai berbeda $> 0,7$ maka reliabilitas dari data tersebut baik[17], [18]. formula alpha cronbach adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	0,918	7
X2	0,806	3
Y	0,789	7

3.3. Uji Multikolinearitas

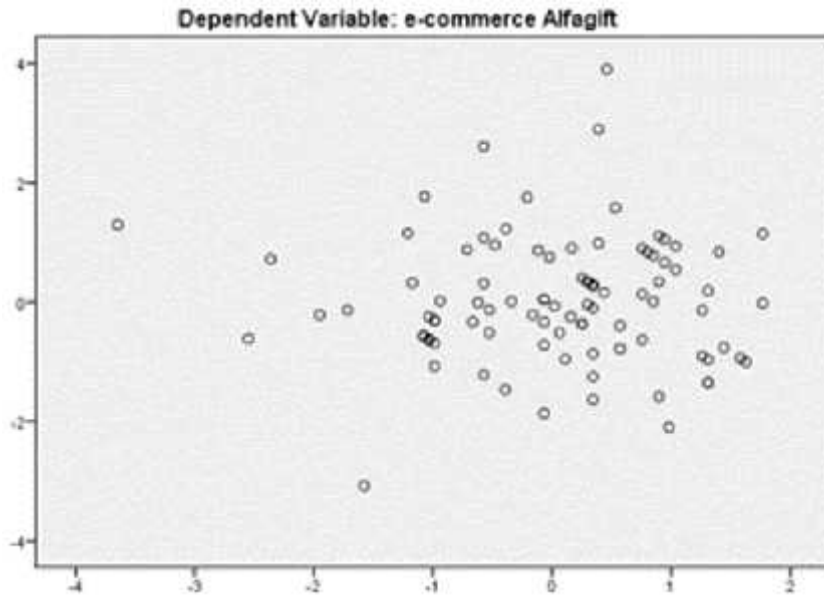
Hasil Uji Multikolinearitas yang terlihat pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai VIF dan Tolerance yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu $1.776 < 10$ dan $0.563 > 0.1$

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X1	.563	1.776
	X2	.563

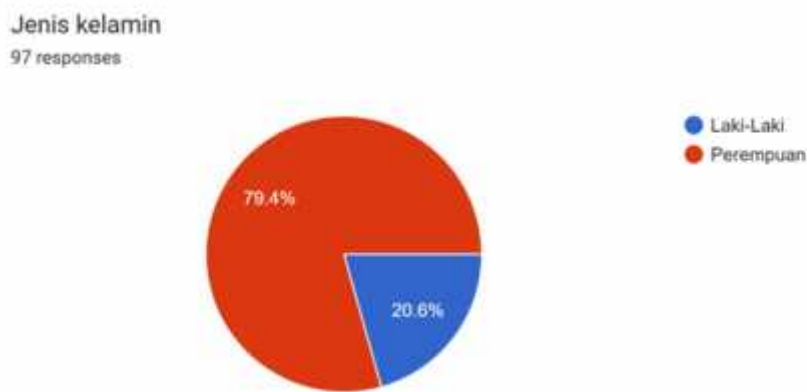
3.4. Uji Heteroskedastisita

Pada Uji Heteroskedastisita terlihat penyebaran varian residual seperti pada gambar 3 menjelaskan bahwa penyebaran varians residual tidak membentuk pola tertentu. Pola yang didapatkan menyebar di bawah dan di atas Y pada angka 0 pada sumbu Y. Ini berarti bahwa data yang diperoleh dalam penelitian layak untuk digunakan.



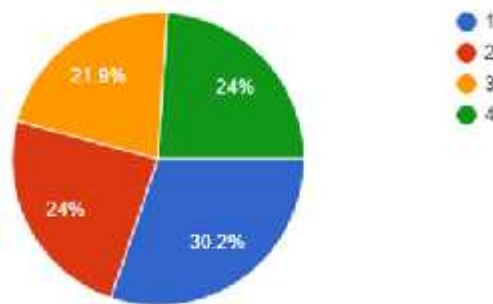
Gambar 3. Hasil Heteroskedastisitas

3.5. Karakteristik Responden



Gambar 4. Responden menurut jenis kelamin.

Gambar 4. Menunjukkan dengan jumlah responden sebanyak 97 orang memperlihatkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak menggunakan aplikasi Alfagift yakni berjumlah 79,4%, sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 20,6%.



Gambar 5. Responden menurut Tingkat

Gambar 5. menunjukan jumlah responden paling banyak terdapat pada mahasiswa tingkat 1 dengan responden sebanyak 30,2%, tingkat 2 sebanyak 24%, tingkat 3 sebanyak 21,9% dan tingkat 4 sebanyak 24%.

3.6. Hasil Uji T

Hasil Uji T yang didapatkan pada Tabel 3 ini menunjukkan bahwa:

A. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,029 > 0,05$ dan nilai t hitung $2,214 < 2,011$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap *E-commerce* Alfagift.

B. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,772 > 2,011$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti Harga berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Commerce* Alfagift.

Table 3. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.136	1.530		5.319	.000
Layanan	.157	.071	.186	2.214	.029
Harga	1.229	.158	.655	7.772	.000

3.7. Hasil Uji F

Uji F yang dilakukan pada table 4 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Layanan dan Harga secara bersamaan/simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $78,171 > F$ table 3.19. sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Layanan (X1) dan Harga (X2) secara bersamaan/simultan terhadap Y.

Tabel 4 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1084.003	2	542.001	78.171	.000 ^a
Residual	651.750	94	6.934		
Total	1735.753	96			

3.8. Koefisien Determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai koefisien determinasi yaitu di antara nol dan satu. Kecilnya nilai R² memiliki arti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang terbatas. Jika nilai variabel memiliki nilai mendekati angka satu, berartikan bahwa variabel independen memberi informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan tabel 5, didapati R square .625 atau sama dengan 62,5%, yang berarti pengaruh Keputusan Pembelian mampu diuraikan oleh variabel Layanan dan Harga sebesar 62,5%. Artinya kriteria yang didapatkan adalah cukup dan sisanya 37,5% merupakan hasil dari faktor lain yang tidak terlibat dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.625	.617	2.63316

3.9. Hasil Linear Regresi Bergand

Hasil pada tabel 6 menunjukkan hasil dari persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 8,136 + 0,157 (X1) + 1,229 (X2)$$

1. Konstanta memiliki nilai (8,136) : Nilai konstanta menunjukkan titik potong (intersep) garis regresi dengan sumbu Y. Dalam konteks ini, nilai konstanta menunjukkan nilai *E-Commerce* Alfagift (Y) ketika variabel Layanan (X1) dan Harga (X2) bernilai nol..

2. Nilai Koefisien regresi Layanan (X1) (0,157) : Koefisien ini menunjukkan seberapa banyak perubahan yang diharapkan dalam *E-Commerce* Alfagift (Y) untuk perubahan dalam variabel Layanan (X1), dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan Layanan akan berkontribusi positif terhadap nilai *E-Commerce* Alfagift.

3. Nilai Koefisien regresi Harga (X2) (1,229) : Koefisien ini menunjukkan seberapa banyak perubahan yang diharapkan dalam *E-Commerce* Alfagift (Y) untuk setiap satu unit perubahan dalam variabel Harga (X2), dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan Harga juga berkontribusi positif terhadap nilai *E-Commerce* Alfagift.

4. Variabel yang dominan terhadap *E-Commerce* Alfagift : Dari nilai koefisien, terlihat bahwa kontribusi variabel Layanan (X1) terhadap *E-Commerce* Alfagift (Y) (0,157) lebih kecil dibandingkan dengan kontribusi variabel Harga (X2) (1,229). Namun, karena nilai konstanta (8,136) lebih besar dari koefisien Layanan (0,157), hal ini menunjukkan bahwa variabel Layanan lebih dominan dalam mempengaruhi *E-Commerce* Alfagift daripada variabel Harga.

Tabel 6. Hasil Uji Linear Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.136	1.530		5.319	.000
Layanan	.157	.071	.186	2.214	.029
Harga	1.229	.158	.655	7.772	.000

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, maka dapat disimpulkan :

- Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap E-commerce Alfagift. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan besarnya kalkulasi dari indikator pertanyaan kuisioner nomor 1 – 7, atau dengan lain perkataan H1 diterima dan Ha1 di tolak.
- Harga berpengaruh secara signifikan terhadap E-Commerce Alfagift. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan besarnya kalkulasi dari indikator pertanyaan kuisioner nomor 9,10 dan 11, atau dengan lain perkataan H2 diterima dan Ha2 di tolak.
- Layanan dan Harga berpengaruh secara simultan. Dari uji data sampel yang dilakukan secara simultan, besarnya pengaruh X1 dan X2 sebesar 62,5%, atau dengan lain perkataan H3 diterima dan Ha3 di tolak.
- Ada 37,5% faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti Faktor Eksternal yakni tren pasar, kondisi ekonomi, dan persaingan dengan platform E-Commerce lainnya juga dapat menjadi subjek penelitian, artinya 62,5% kenaikan E-Commerce Alfagift dipengaruhi oleh Layanan dan Harga. Berdasarkan semua kesimpulan yang telah diperoleh oleh peneliti melalui sebuah data ada sebesar 62,5% yang menyatakan bahwa Layanan dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap E-Commerce Alfagift. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Layanan dan Harga memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap E-commerce Alfagift..

Daftar Pustaka

[1] GoodStats, 10 Ritel dengan Nilai Konsumen Terbanyak di Indonesia Tahun 2021,[Gambar],<https://cdngnfi.nyc3.digitaloceanspaces.com/goodstats/uploads/images/9/10-ritel-nilai-konsumen-tertinggi-at-2xjpeg>. Di akses pada 5, Maret 2023.

[2] Alfamart, "Sejarah Alfamart." [Online]. Available: <https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/sejarah>. Accessed on: Mar. 5, 2023.

[3] F. P. Indah, "Peran Digital Alfagift di Alfamart dalam Transaksi Jual Beli di Tengah Pandemi Covid-19," Skripsi, Universitas Islam Negeri Palangka Raya, 2021.

-
- [4] M. H. Kutner, "Applied Linear Statistical Models," vol. 4, McGraw Hill Higher Education, 2004.
- [5] H. Syarif, "Analisis Pemanfaatan Situs Web Universitas Islam Negeri (UNI) Menggunakan Metode PIECES," Skripsi, Universitas Bina Darma Palembang, 2013.
- [6] "Kepuasan Konsumen," Kajian Pustaka, 2021. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepuasan-konsumen.html>. Accessed on: Mar. 5, 2023.
- [7] A. L. Goal and K. S. Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen," Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol. 38, no. 1, pp. 125-132, 2016.
- [8] D. Harmayani, E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [9] "E-Commerce," Kajian Pustaka, 2013. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-e-commerce.html>. Accessed on: Mar. 5, 2023.
- [10] Amazon, "E-Commerce - Pengertian." [Online]. Available: <https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce/>. Accessed on: Mar. 5, 2023.
- [11] T. Fandi, Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing, 2006.
- [12] P. Kotler and G. Armstrong, Principles of Marketing. Pearson Education, 2017.
- [13] V. A. Zeithaml, M. J. Bitner, and D. D. Gremler, Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw Hill, 2018.
- [14] L. L. Berry dan A. Parasuraman, "Servqual: A quality assurance for service quality," dalam Quality Assurance in Higher Education, Dordrecht: Springer, 1992, hal. 187-203.
- [15] R. M. Groves, F. J. Couper, M. P. Lepkowski, J. M. Singer, dan R. Tourangeau, Survey Methodology. John Wiley & Sons, 2009.
- [16] S. Sudman, N. M. Bradburn, dan N. Schwarz (Eds.), Thinking About Answers: The Application of Cognitive Processes to Survey Methodology, 1996.
- [17] "Kuisisioner," Sumber Pengertian, 2018. [Online]. Available: <https://www.sumberpengertian.id/pengertian-kuisisioner>. Accessed on: Mar. 7, 2023.
- [18] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, dan R. E. Anderson, Multivariate Data Analysis. Cengage Learning, 2019..