

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KELUARGA BERENCANA DI KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR (STUDI KASUS PADA DESA PEKALONGAN)

Riyadin

Riyadinssos0@gmail.com

Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro

## Abstract

*This research was conducted in Pekalongan District, East Lampung Regency. The sampling technique used purposive sampling to 200 respondents, namely residents of Pekalongan Subdistrict. The analysis technique in this study uses multiple linear regression tests. From the results of the study it can be concluded that reliability and empathy have a positive and significant influence on community satisfaction. This indicates that the services provided by Family Planning officers are good enough so that they can be accepted by the community well. However, in order for the Family Planning program to spread to the entire population, it is necessary to do an explanation using good language so that it can attract sympathetic residents to join the program.*

*Keyword: Reliability, Empathy, Community Satisfaction*

## A. Pendahuluan

Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan masyarakat, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari masyarakat. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan masyarakat. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dianggap penting bagi masyarakat dalam menggunakan layanan jasa. Menurut penelitian Hermawan dkk (2016: 67) bahwa ketidakpuasan masyarakat terhadap kejelasan kualitas pelayanan kemungkinan disebabkan oleh kemampuan petugas dalam menjelaskan informasi kepada masyarakat belum sesuai dengan harapan masyarakat. Organisasi yang mampu melayani masyarakat sesuai prosedur yang ditetapkan tentu akan mendapatkan nilai positif dimata masyarakat.

Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan didapatkan informasi bahwa masih adanya implementasi program kegiatan keluarga berencana baru tercapai  $\pm$  60% serta masih kurangnya kesadaran masyarakat akan

pentingnya program Keluarga Berencana sebagai keperluan kesehatan serta kesejahteraan di masa yang akan datang.

Berdasarkan data yang diterima oleh peneliti menjelaskan bahwa masih nampak waktu penyelesaian pelayanan yang memakan waktu yang cukup lama dengan nilai rata-rata yaitu 2 jam yang digunakan peserta KB untuk mengantri mendapatkan pelayanan. Hal tersebut menandakan bahwa ketidaksiapan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Berdasarkan data pertumbuhan penduduk pada tahun 2016 jumlah penduduk di Kecamatan Pekalongan sebesar 2.000 jiwa, pada tahun 2017 di peroleh 2.500 jiwa dan pada tahun 2018 di peroleh 3.250 jiwa, hal ini mengindikasikan bahwa dari tahun ke tahun jumlah penduduk di Kecamatan Pekalongan mengalami kenaikan sebesar 31,25 %.

Kecamatan Pekalongan masih sering di jumpai keluarga yang memiliki anak lebih dari dua, bahkan usia 30 tahun ada yang sudah memiliki anak 8. Ini sangat bertolak belakang

dengan visi dan misi yang di usung oleh pemerintah dalam program keluarga nasional yaitu “dua anak lebih baik”. Penyuluhan keluarga berencana harus memiliki wawasan yang luas dan mampu memiliki karisma agar di percaya oleh masyarakat ketika melakukan sebuah penyuluhan atau konseling.

Berdasarkan data perkembangan peserta Keluarga Berencana baru pada tahun 2017 mencapai 3073 akseptor dengan target yang diharapkan sebesar 2505 akseptor, dan pada tahun 2018 jumlah peserta Keluarga Berencana Baru mencapai 2347 akseptor dengan target yang di harapkan 3005 akseptor, dengan demikian perbandingan dari tahun ke tahun di Kecamatan Pekalongan semakin tahun semakin menurun sebesar 0,35 %.

Jumlah pegawai Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan berjumlah 3 orang, dengan program kegiatannya adalah pengembangan kebijakan tentang pelayanan keluarga berencana, KIE peran serta masyarakat dalam keluarga berencana dan kespro, Peningkatan akses dan pelaya-nan keluarga berencana dan kespro, peningkatan penggunaan kontrasepsi yang efektif dan efisien, penyediaan alat, obat dan cara kontrasepsi dengan memprio-ritaskan keluarga miskin, Penyelenggaraan promosi dan pemenuhan hak-hak kespro termasuk KIE dan konseling, namun pada kenyataannya belum semua kegiatan program keluarga berencana yang telah direncanakan dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, belum adanya peningkatan peningkatan penggunaan kontrasepsi yang efektif dan efisien inilah yang

menyebabkan program keluarga berencana belum dinilai efektif dalam pelaksanaannya.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kualitas Layanan**

Kualitas layanan akan mendorong terwujudnya kepuasan karyawan (sebagai konsumen internal). Menurut Musqari dan dan Huda (2016: 36) definisi kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. jadi kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan mutu dari sebuah pelayanan yang membedakan antara kenyataan dengan harapan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen. Konsumen dapat memberikan penilaian terhadap suatu pelayanan secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan. Menurut Yansah dkk (2013: 30) Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik suatu produk atau jasa yang menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian. Jadi, kualitas pelayanan adalah sebuah ciri yang di timbulkan oleh suatu jasa didalam suatu organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan pemakai.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Putri dan Utomo (2017:

74) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki mutu apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan pula sebagai tolak ukur untuk menilai kualitas dari suatu barang atau jasa.

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Sembiring dkk (2014: 3) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan pelayanan yang sebenarnya.

Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Lubis (2013: 78) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat pula dikatakan sebagai pengendalian dari keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

## **2. Keandalan**

Keandalan merupakan suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten,

kecepatan dalam pelayanan) merupakan suatu hal yang penting dalam pelayanan. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan. Keandalan (*Reliability*) menurut Aprilya (2013: 3) Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat. Atribut yang ada dalam dimensi keandalan ini seperti memberikan pelayanan sesuai janji, pertanggungjawaban tentang penanganan pelanggan akan masalah pelayanan dan memberikan pelayanan tepat waktu.

Keandalan berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu jasa melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu. Menurut Assegaf (2009: 335) mendefinisikan bahwa keandalan adalah sebuah ukuran yang andal relatif bebas dari kesalahan. Jadi keandalan adalah ukuran untuk suatu jasa yang terbebea dari sebuah kesalahan.

Kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Menurut Mastuti (2013: 42) Keandalan merupakan kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan *service* yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya dan diandalkan. Kehandalan dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan skill yang mereka punya, kehandalan dalam penguasaan bidang kerja sesuai pengalaman kerja yang ditunjukkan.

Keandalan merupakan dimensi yang paling penting bagi kebanyakan jasa. Menurut Indrawati (2011: 26) (1) Kendalan (*reliability*), keandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan.

Keandalan merupakan faktor yang dominan dalam menciptakan kepuasan terhadap masyarakat. Menurut Jumirah dan Damiri (2016: 2) Keandalan (*Reliabilty*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan, dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para pegawai memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat.

### 3. Empati

Empati merupakan rasa yang timbul dalam diri seseorang yang diikuti dengan perasaan organisme dari dalam tubuh yang amat dalam. Menurut Prakoso dan Nurhadi (2017: 28) empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan organisasi kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi organisasi, kemampuan pegawai untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan usaha organisasi untuk memahami keinginan dan kebutuhan masyarakat. Dimana suatu organisasi diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang masyarakat, memahami kebutuhan masyarakat secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman

bagi konsumen. Dari pengertian dia atas dapat disimpulkan empati yaitu perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan masyarakat, dan adanya komunikasi yang baik antara pegawai dengan masyarakat.

Empati adalah keterampilan kognitif, keterampilan ini digunakan untuk mengenal dan memahami pikiran dan pandangan orang lain. Menurut Sholikhhan (2008: 158) *Emphaty* (empati) yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberi perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Organsasi diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Empati adalah skor kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpati dan mencoba menyelesaikan masalah serta mengambil peerspektif orang lain tanpa kehilangan kontrol dirinya. Menurut Pawestriningtyas dkk (2016: 41) Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Empati pada dasarnya merupakan kemudahan yang sengaja diciptakan oleh penyedia jasa dalam bentuk suatu perhatian secara khusus kepada masyarakat.

Empati dianggap sebagai salah satu cara yang paling efektif dalam usaha memahami, mengenali, dan mengevaluasi orang lain. Melalui empati, individu mampu merasakan kebutuhan, aspirasi, keluhan, kebahagiaan, kecemasan, sakit hati yang dirasakan orang lain. Menurut Silfiasari dan Prasetyaningrum (2017:

129) empati adalah mengenali perasaan orang lain dan memahami pengalaman emosional orang lain tanpa berpartisipasi didalamnya. Empati adalah upaya untuk memahami apa yang dibutuhkan orang lain.

#### 4. Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh penyedia pelayanan publik, karena kepuasan masyarakat akan menentukan keberhasilan pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan publik. Menurut Putra dan Wardhana (2016: 1926) *“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissatisfaction that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted”*. Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas. Jadi, kepuasan adalah perasaan yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan performa produk dengan ekspektasinya.

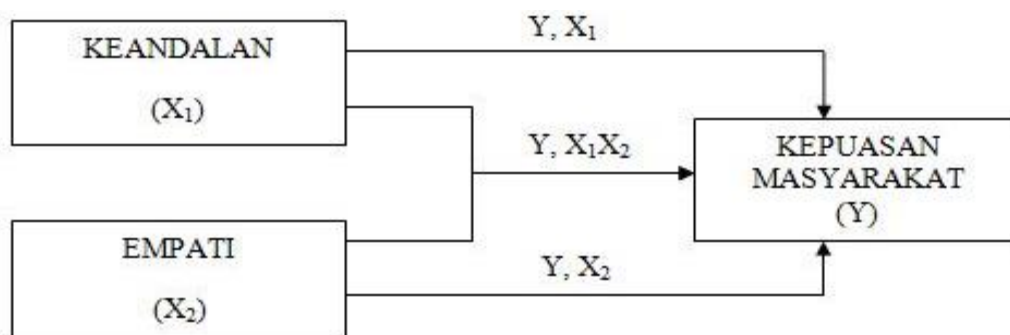
Kepuasan masyarakat merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh penyedia pelayanan publik, karena kepuasan masyarakat akan menentukan keberhasilan pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan publik. Menurut Sarie (2018: 156) kepuasan berasal dari bahasa Latin *“Satis”* yang berarti cukup baik, memadai dan *“Facio”* yang berarti

melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Kepuasan masyarakat terbentuk dari penilaian masyarakat terhadap kinerja aparat dalam melayani masyarakat sesuai dengan harapan mereka. Banyak organisasi yang berinovasi dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Tingkat kepuasan masyarakat merupakan fungsi yang membedakan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Menurut Nilasari dan Istiatin (2015: 3) Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Jadi, kepuasan masyarakat adalah tingkatan suatu kebutuhan keinginan dan harapan dari masyarakat setelah mengalami suatu tindakan atau hasil kemudian merasa senang dan melakukan pembelian ulang.

Kepuasan masyarakat adalah perasaan senang masyarakat yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu layanan produk dengan harapannya yaitu kepuasan. Kepuasan masyarakat ini dapat tercipta melalui pelayanan yang baik oleh para pegawai organisasi. Sedangkan menurut Dewi (2016: 539) kepuasan masyarakat adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seorang setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan-harapannya. Kepuasan masyarakat adalah keadaan yang di

alami masyarakat setelah mengalami tindakan yang memenuhi keinginannya.



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

**C. Hasil Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi target adalah peserta Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus pada Desa Pekalongan). Adapun populasi dalam penelitian

ini adalah 400 masyarakat. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun jumlah sampel sebanyak 200 responden.

**Tabel 1. Hasil Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	64,699	7,099		9,114	,000
1 Keandalan	,250	,100	,174	2,504	,013
Empati	,138	,059	,163	2,343	,020

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Hipotesis 1 berbunyi diduga ada pengaruh yang signifikan antara keandalan terhadap kepuasan masyarakat. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai  $t = 2,328$  dan  $sig. 0,021$  lebih kecil dari  $0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel keandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

Hipotesis 2 berbunyi diduga ada pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan masyarakat. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai  $t = 2,154$  dengan  $sig. 0,032$  lebih kecil dari  $0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

**Tabel 2. Uji F**ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1107,046	2	553,523	5,516	,005 <sup>b</sup>
Residual	19767,829	197	100,344		
Total	20874,875	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan

Pada tabel di atas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 5,516 dengan asumsi bahwa jika nilai signifikan  $F_{hitung} < 0,05$ , maka hipotesis dapat diterima sebaliknya jika nilai  $F_{hitung} > 0,05$  maka hipotesis ditolak. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai sig. 0,005 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri atas keandalan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

#### D. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sig. 0,013 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa keandalan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dengan terdapatnya pelayanan yang akurat dan sesuai dengan prosedur yang dilakukan oleh pegawai terhadap masyarakat akan meningkatkan kepuasan masyarakat. Dewi (2013) berpendapat bahwa kepuasan kehandalan yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

Dengan terciptanya kepuasan masyarakat, hal ini menandakan bahwa petugas telah dapat dipercaya akan kemampuannya

dalam menjelaskan hal-hal berkaitan dengan program keluarga berencana. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pratiwi (2018) yang menyimpulkan bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Sebagai Pasien di Puskesmas Sering Kecamatan Medan Tembung.

##### 2. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sig. 0,020 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa empati memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa fokus dan ketelitian serta perhatian saat petugas sedang melayani masyarakat memiliki nilai positif bagi masyarakat. Masyarakat merasa diperhatikan dan dipedulikan sehingga hal tersebut membuat masyarakat merasa senang dan puas akan pelayanan yang diberikan. Tristy (2017) menjelaskan bahwa ketika petugas ikut merasakan apa yang dialami oleh masyarakat saat mendengarkan keluhan kesah ataupun permasalahan yang dideritanya, dalam hal ini berarti petugas mampu merasakan suatu

emosi sehingga timbulah suatu perhatian yang lebih mendalam kepada masyarakat tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriyani & Sunarti (2017) bahwa empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **3. Pengaruh Keandalan dan Empati Terhadap Kepuasan Masyarakat**

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 13 menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 5,516 dan nilai sig. 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa keandalan dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator pada variabel memiliki pengaruh pada variabel tersebut. Pelayanan yang sesuai dan akurat, kesediaan pegawai dalam membantu masyarakat dan fokus perhatian menarik simpatik masyarakat pada kemampuan yang dimiliki oleh pegawai tersebut. Hal ini menandakan bahwa masyarakat percaya terhadap informasi yang disampaikan sehingga dapat meyakinkan masyarakat untuk ikut berpartisipasi pada program keluarga berencana.

#### **E. Kesimpulan**

1. Terdapat pengaruh keandalan terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini dapat diartikan bahwa pelayanan yang dilakukan secara akurat dan sesuai dengan prosedur akan meningkatkan kepuasan masyarakat.
2. Terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini dapat diartikan bahwa petugas yang ikut merasakan apa yang dialami oleh masyarakat dan fokus perhatian yang diberikan menarik simpatik masyarakat pada program keluarga berencana.
3. Terdapat pengaruh keandalan dan empati terhadap kepuasan masyarakat. Hal ini dapat diartikan bahwa keseluruhan pelayanan yang telah dilakukan oleh petugas terkait dengan kemampuan berkomunikasi, fokus perhatian dan keakuratan dapat meyakinkan masyarakat program keluarga berencana sehingga masyarakat merasa puas.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprilya, Viona. 2013. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Cabang Padang. *Jurnal Manajemen*, Vol.2, h. 1-9.
- Assegaff, Mohammad. 2009. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ekobis*, Vol.10, h. 334-343.
- Dewi, Meutia. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.5, h. 535-544.
- Hermawan, Wawan., Budiman, Dedi., Hutagao, Parulian. 2016. Pengaruh Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Pendaftaran Tanah Pertama Kali Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, Vol. 9, h. 65-75.
- Indrawati, Aniek. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap

- Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.16, h.25-35.
- Jumiran dan Darini, Sri. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol.8, h. 1-14.
- Lubis, M Saleh. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas
- Mastuti, Dian Nur. 2013. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Go Infotech*, Vol.19, h. 40-49.
- Musqari, Nurul dan Huda, Nurul. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Variabel Kepuasan pada Lembaga Amil Zakat (Studi pada Baituzzakah Pertamina Kantor Pusat). *Perisai*, Vol. 2, h. 34-53.
- Nilasari, Eswika & Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, Vol. 13, h. 1-12.
- Pawestriningtyas, Nining Catur., Suharyono., Suyadi Iman 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 32, h.39-46.
- Prakoso, Bayu dan Nurhadi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar Di Gresik. *Jurnal Bisnis Indonesia*, Vol. 8, h. 20-38.
- Pratiwi, Yessy Gusti Eka. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Sebagai Pasien Di Puskesmas Sering Kecamatan Medan Tembung*. Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Putra, Ezra Januar dan Wardhana, Aditya. 2016. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan PT. Pln (Persero) (Studi Pada Pelanggan PT. PLN (Persero) Di Tanjung Karang, Bandar Lampung). *e-Proceeding of Management*, Vol.3, h. 1924-1931.
- Putri, Yulia Larasati dan Utomo, Hardi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, Vol.10, h. 70-90.
- Sarie, Rena Febrita. 2018. Pengaruh Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermartket Pakuwon Supermall Di Surabaya. *Jurnal Relasi*, Vol. XIV, h. 149-169.
- Sembiring, Inka Janita., Suharyono., dan Kusumawati, Andriani. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15, h. 1-10.

- Silfiasari dan Prasetyaningrum, Susanti. 2017. Empati Dan Pemaafan Dalam Hubungan Pertemanan Siswa Regular Kepada Siswa Berkebutuhan Khusus (ABK) Di Sekolah Inklusif. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, Vol.5, h. 126-143.
- Tristy, Windy Lutfiana. 2017. Penggunaan Jejaring Sosial Dengan Konsep Heppy (Help People Around You) Sebagai Strategi Bk Dalam Menumbuhkan Empati Peserta Didik. *Prosiding Seminar Bimbingan dan Konseling Tersedia Online*, Vol. 1, h. 408-416.
- Yansah, Riyan Afri., Hartono, Budi dan Hariyono, MB. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, Vol.23, h. 30-34.