

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. EKA MAJU SEJAHTERA

Alda Widyawati Yusuf¹⁾ dan Nino Nopriandi²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen FE UNKRIS

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, FE UNKRIS

Alamat: Kampus UNKRIS, Jatiwaringin Jakarta Timur

Email: aldawidya39@gmail.com¹⁾; ninosaleh@unkris.ac.id²⁾

Submit : 15 Juli 2024, Review : 29 November 2024, Publish : 10 Desember 2024

ABSTRACT

The purpose to analyze the effect of service quality and company image on customer satisfaction of PT. Eka Maju Sejahtera. This research is included in the category of causal associative research using a quantitative approach. The population in this study were customers of PT. Eka Maju Sejahtera. The sampling technique for this research uses simple random sampling. This research used a sample size using the Slovin formula. The analytical method uses simultaneous and partially linear regression analysis. The results of the research show that in simultaneous and partially, service quality and company image have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Eka Maju Sejahtera.

Keywords: Service quality (;) Company image (;) Customer satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Teknik sampling penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan ukuran sampel dengan rumus Slovin. Metode analisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara berganda maupun sederhana kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Kata kunci: Kualitas layanan (;) Citra perusahaan (;) Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Era globalisasi memberikan dampak yang luar biasa bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif dalam bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan layanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan.

PT. Eka Maju Sejahtera adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembangunan, perdagangan, pengakutan dan pergudangan. PT. Eka Maju Sejahtera didirikan pada tahun



2018, dengan tujuan menjalankan usaha dibidang pembangunan, menjalankan usaha dibidang perdagangan, dan menjalankan usaha dibidang pengangkutan. Tenaga kerja yang dihadirkan mampu melakukan pekerjaan secara baik dan tepat dengan mengikuti seleksi yang ketat mulai dari awal sampai penetapan menjadi calon karyawan sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan, sehingga memiliki dedikasi yang tinggi terhadap perusahaan. Adapun layanan untuk menunjang berjalannya segala aktivitas di dalam ruang lingkup bisnis pengguna jasa diantaranya, konstruksi jaringan elektrik dan telekomunikasi, konstruksi jalan raya, konstruksi jalan rel dan jembatan rel, konstruksi gedung tempat tinggal, penginapan, perkantoran, instalasi saluran air, pendingin dan ventilasi udara, listrik.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan layanan terhadap pelanggan, dengan tujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas layanan yang menjadi pilihan utama dalam jasa pelayanan ini, jika layanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2016) salah satu pendekatan kualitas layanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*servqual quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, *et al*, (1993) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa : reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sumbangan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas. SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*received service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan.

Indikator kualitas layanan yang dikemukakan oleh Zeithalm dan Parasuraman, (1993): 1) *Tangibles* (tampilan/bukti fisik), adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi penampilan dan kelengkapan fasilitas fisik seperti, gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan tunggu maupun ruangan lainnya, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan setiap karyawan; 2) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penilaian kualitas layanan dilihat dari kemampuan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan layanan frontliner untuk memenuhi keinginan dan harapan konsumen; 3) *Assurance* (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, jaminan keselamatan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan; 4) *Responsiveness* (ketanggapan dan kepedulian), yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan konsumen; dan 5) *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan terhadap konsumen dan keluarganya seperti kemudahan untuk menghubungi, kemampuan untuk berkomunikasi, perhatian yang tinggi dari petugas, kemudahan dalam mencapai lokasi, kemudahan dalam bertransaksi, dan mengurus administrasi”.

Perusahaan akan semakin berkembang dan dikenal oleh pelanggan juga tidak dapat dipisahkan dengan pencitraan dari perusahaan tersebut. Citra perusahaan adalah gambaran



singkat mengenai sebuah perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera. Manakala citra perusahaan itu sudah dianggap baik secara perlahan akan para pelanggan akan berdatangan untuk membeli produk yang di pasarkan.

Menurut Kasali (2011), citra perusahaan adalah “sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan, dalam sebuah perusahaan mampu memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata publik. Semakin tingginya indikator dari sebuah perusahaan maka citra perusahaan akan semakin tinggi ekuitas merk. Indikator citra perusahaan menurut Irawan (2009), meliputi: 1) *Quality* (kualitas); ialah perhatian tinggi terhadap konsumen, produk atau jasa berkualitas tinggi, kepercayaan, dan inovatif; 2) *Performance* (kinerja); ialah perusahaan yang memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang dan perusahaan yang dikelola dengan baik; 3) *Responsibility* (tanggungjawab); ialah perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial; dan 4) *Attractiveness* (daya tarik); ialah perusahaan merupakan tempat kerja idaman dan perusahaan memiliki karyawan yang berkualitas”.

Keuntungan terciptanya citra perusahaan yang positif apabila suatu perusahaan telah berhasil dalam membentuk citra perusahaan yang positif dibenak pelanggan, maka akan mendapat keuntungan seperti: memperpanjang hidup produk itu sendiri, dapat memberikan keuntungan terciptanya kesetiaan pelanggan, dan memperoleh pelanggan yang baru. Faktor kualitas layanan dan citra perusahaan tentunya akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk/jasa yang dipasarkan. Oleh karena itu perusahaan perlu menciptakan kepuasan pelanggan, sebab ketidakpuasan pelanggan dapat berdampak pada berpindahannya pelanggan pada perusahaan pesaing.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk tetap menjaga agar pelanggan tidak beralih. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan layanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut tidak akan menjadi pelanggan yang setia dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang timbul setelah membandingkan antara ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk tersebut. Kepuasan Pelanggan merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan. Maka sudah seharusnya perusahaan-perusahaan pada sekarang ini memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan.

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan, (2009), adalah sebagai berikut: 1) “Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan layanannya); Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan; 2) Selalu membeli produk/jasa; Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk atau jasa apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan; 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain; Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan; dan



4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk; Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk atau jasa dengan harapan yang diinginkan pelanggan”.

PT. Eka Maju Sejahtera merupakan perusahaan jasa yang berfokus di bidang pembangunan, perdagangan, pengangkutan dan lainnya. Karya yang kami hadirkan mampu melakukan pekerjaan secara baik dan tepat dengan mengikuti seleksi yang ketat mulai dari proses awal sampai menjadi calon karyawan sesuai dengan standar perusahaan, sehingga memiliki dedikasi yang tinggi terhadap perusahaan PT. Eka Maju Sejahtera senang untuk membantu mitra potensialnya untuk mendistribusikan produk mereka dengan membuka pasar di Indonesia. Kami bangga menjadi pemimpin pada PT Eka Maju Sejahtera dengan menghargai etika bisnis yang baik dan percaya bahwa itu adalah kunci utama untuk memiliki kemitraan bisnis yang baik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera yang berjumlah 100 orang. Teknik sampling penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan ukuran sampel dengan rumus Slovin dan didapat sebanyak 80 orang. Metode analisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Adapun hasil uji validitas terhadap kuesioner yang diisi dengan hasil sebagai berikut: Dari perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan kualitas layanan dari 80 responden, dengan jumlah 10 butir pernyataan, citra perusahaan dengan jumlah 8 butir pertanyaan, dan kepuasan pelanggan dengan jumlah 8 butir pertanyaan diperoleh hasil nilai r hitung lebih besar dari r kritis 0.30, dengan demikian semua butir pertanyaan hasilnya valid.

Hasil uji reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui derajat ketepatan dan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten meskipun di uji berkali-kali. Uji reliabilitas untuk mengetahui nilai *Cronbach's Alpha* dimana lebih besar dari 0,6 yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas dapat diterima. Berdasarkan angka-angka reliabilitas *cronbach alpha* tersebut tampak bahwa seluruh pernyataan yang ada membentuk ukuran yang reliabel dari mulai kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan membentuk ukuran yang reliabel dari masing-masing variabel.



Tabel 1: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai kritis (α) = 5%	Keterangan
Kualitas Layanan	0.843	0.600	Reliabel
Citra Perusahaan	0.851	0.600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.826	0.600	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah SPSS V.26, tahun 2024

Analisis regresi linier berganda

Tabel 2: Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Kualitas Layanan	0,876	0,768	4,939	0,445	0,000	0,05
Citra Perusahaan				0,306	0,000	

Pengujian Signifikan

F hitung > F tabel = 127,425 > 3,115

Keterangan: Variabel Kepuasan_Pelanggan

Sumber: data primer diolah SPSS V.26, 2024

$$Y = 4,939 + 0,445.X_1 + 0,306.X_2$$

Berdasarkan tabel 2, Nilai F hitung sebesar 127,425 jika dibandingkan dengan F tabel sebesar 3,115, artinya secara bersama-sama kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.768, artinya kualitas layanan dan citra perusahaan memberikan kontribusi sebesar 76,8% kepada kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera, sedangkan sisanya sebesar 23,2% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti.

Kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,445 artinya jika ada peningkatan kualitas layanan satu kali, maka kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera akan meningkat sebesar 0,445 kali atau sebaliknya dengan asumsi citra perusahaan tidak berubah. Koefisien regresi citra perusahaan sebesar 0,306, artinya jika ada peningkatan citra perusahaan satu kali, maka kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera akan meningkat sebesar 0,306 kali atau sebaliknya, dengan asumsi kualitas layanan tidak berubah.

Analisis regresi linier sederhana

Tabel 3: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Kualitas Layanan	0,826	0,682	7,465	0,629	0,000	0,05



Pengujian Signifikan

t hitung > t tabel = 12,935 > 1,991

Keterangan: Variabel Kepuasan_Pelanggan

Sumber: data primer diolah SPSS V.26, 2024

$$\text{Persamaan Regresi } Y = 7,465 + 0,629 (X_1)$$

Berdasarkan tabel 3, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.683, artinya kualitas layanan memberikan kontribusi sebesar 68,3% kepada kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera, sedangkan sisanya sebesar 31,7% disumbangkan faktor lain yang tidak diteliti, Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,629, artinya jika ada peningkatan kualitas layanan satu kali, maka kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera akan meningkat sebesar 0,629 kali, atau sebaliknya.

Tabel 4: Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Variabel	Parameter					
	Mult. R	R Square	Konstanta	Koefisien Regresi	Sig.	α
Citra Perusahaan	0,752	0,565	13,499	0,605	0,000	0,05

Pengujian Signifikan

t hitung > t tabel = 10,073 > 1,991

Keterangan: Variabel Kepuasan_Pelanggan

Sumber: data primer diolah SPSS V. 26, 2024

$$\text{Persamaan Regresi } Y = 13,499 + 0,605 (X_2)$$

Berdasarkan tabel 4, nilai noefisien determinasi (R^2) sebesar 0.565, artinya citra perusahaan memberikan kontribusi sebesar 56,5% kepada kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera, sedangkan sisanya sebesar 43,5% disumbangkan faktor lain yang tidak diteliti, Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat nyata 99% terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Koefisien regresi citra perusahaan sebesar 0,605, artinya jika ada peningkatan citra perusahaan satu kali, maka kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera akan meningkat sebesar 0,605 kali, atau sebaliknya.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan dapat mendukung peningkatan kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan Maryati, *et al*, (2020), dan Mulyaningsih dan Suasana. (2016), yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.



Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan menyediakan tempat layanan yang dapat dijangkau oleh pelanggan, memiliki peralatan kerja yang cukup memadai, memberikan layanan sesuai dengan janji, memenuhi keinginan para pelanggan, memberikan jaminan buat pelanggan, memberikan kepercayaan pelanggan, cepat dalam penanganan keluhan pelanggan, memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2018), dan Zakiah dan Umiyati, (2023) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa citra perusahaan mampu mendorong peningkatan kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan memberikan perhatian yang tinggi pada pelanggan, dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan, memiliki peluang untuk berkembang, sudah dikelola dengan baik, peduli terhadap lingkungan sekitar, memiliki tanggung jawab sosial, merupakan tempat kerja yang nyaman, dan memiliki karyawan yang berkualitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Christanto dan Santoso, (2022), dan Diana, *et al*, (2020), yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Kualitas layanan dan citra perusahaan dapat mendukung peningkatan kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. 2) Kualitas layanan dapat mendukung peningkatan kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera. 3) Citra perusahaan dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan PT. Eka Maju Sejahtera.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut: 1) PT. Eka Maju Sejahtera diharapkan agar lebih meningkatkan lagi pemberian kualitas layanan kepada para pelanggan sehingga akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. 2) Citra perusahaan agar lebih terjaga lagi dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. 3) Untuk penelitian yang akan datang diharapkan para peneliti menambah jumlah sampel yang akan diteliti agar penelitian dapat lebih baik dan valid.

DAFTAR PUSTAKA

Christanto, Yohanes Michael dan Santoso, Singgih. (2022). "The influence of service quality, corporate image, and customer satisfaction on customer loyalty in banking sector in Yogyakarta". *Internasional Journal Research in Business & Social Science*. Vol. 11 No. 7 (2022). Pp. 9-16



Diana, Eka Yusti., Pamungkas, Abdul Haris dan Sokhibi, (2020). "The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction PT. Amar Bank Indonesia Jakarta Head Office". *Humanities, Management and Science Proceedings*. Vol. 1 No. 1, November 2020. Hal. 189-196

Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kasali, Rhenald. (2011). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lupiyoadi, Rambat. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Maryati., Darna, Nana dan Muhidin, Ali, (2020). "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PD. Sumber Rezeki Singapura". *Business Management and Entrepreneurship Journal*. Vol. 2 No. 2 Juni 2020. Hal. 104-115.

Mulyaningsih, Luh Ayu dan Suasana, I Gst Agung Ketut Gede. (2016). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5 No. 1 (2016). Hal. 1-30. E-ISSN: 2302-8912

Parasuraman

, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1993). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.

Saputra, Mada (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Member D'Oksigen Klasik Fitnes di Kota Padang". *Jurnal EcoGen*. Vol. 1 No. 4, 5 Desember 2018. Hal. 955-966

Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Zakiah, Nuril dan Umiyati, (2023). "Service Quality and Corporate Image through Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 11 No. 1, April 2023. Hal. 84-99

