

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM NASIONAL INDONESIA JAKARTA PUSAT

M. Rizky¹, Kania Ratnasari^{2*}

^{1,2}Universitas Sahid Jakarta, Jl. Soepomo No 84, Jakarta Selatan

Email Korespondensi: kania_ratnasari@usahid.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung dan juga menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan regresi linier sederhana. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dinilai sangat baik dengan rata-rata 3,42 dengan rerata tertinggi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 3,49 terdapat pada dimensi *reliability* sedangkan rerata terendah 3,30 terdapat pada dimensi *responsiveness*. Adapun hasil dari kepuasan pengunjung dinilai sangat puas dengan rata-rata 3,53 dengan rerata tertinggi terdapat pada dimensi kesediaan merekomendasikan dengan nilai rata-rata sebesar 3,61. Untuk rerata terendah terdapat pada dimensi kesesuaian harapan dengan nilai sebesar 3,46. Hasil uji T juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat. Adapun pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 48,2% dan 51,8% merupakan variabel yang tidak diteliti seperti harga, produk, promosi dan variabel penelitian lainnya.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung, Kuantitatif, Museum Nasional Indonesia, dan Responden

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze service quality, visitor satisfaction and also the influence of service quality on visitor satisfaction. The method employed is quantitative descriptive and simple linier regression. The respondents in this study were 100 individuals using purposive sampling technique. The results of the study indicate that service quality is rated very well with an average of 3.42 with the highest mean for the service quality variable of 3.49 in the reliability dimension, while the lowest mean of 3.30 is in the responsiveness dimension. Furthermore, visitor satisfaction is evaluated as very satisfied with an average of 3.53 with the highest mean found in the willingness to recommend dimension with an average value of 3.61. The lowest mean is in the dimension of conformity to expectations with a value of 3.46. The impact of service quality on visitor satisfaction is 0.482 or 48.2%, and 51.8% represents variables that were not examined, such as price, product, promotion, and other research variables.

Keywords: Service Quality, Visitor Satisfaction, Quantitative, National Museum of Indonesia, Respondents.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki peranan penting upaya untuk meningkatkan pendapatan. Perkembangan pariwisata yang meningkat akan menjadi potensi unggulan yang dapat dijadikan sumber pendapatan negara. Perkembangan pariwisata yang meningkat juga harus diimbangi dengan pemasaran dengan baik yang dilakukan oleh pengelola dari sektor pariwisata tersebut. Menurut Ariyanto *et al.*, (2023) Pemasaran merupakan alur yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok untuk memperoleh target harapan sesuai yang mereka inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan atau menukarkan produk atau jasa dengan pihak lain

Adanya peran pemerintah untuk mengelolanya akan membantu pemasaran dari kawasan wisata termasuk didalamnya sektor pariwisata. Salah satu sektor pemerintah yang mengelola pariwisata di Jakarta khususnya museum dan cagar budaya adalah Kemendikbud. Salah satu destinasi terkenal di Jakarta yang masuk kedalam jenis museum dan cagar budaya adalah Museum Nasional Indonesia. Museum Nasional Indonesia adalah pusat informasi edukasi sejarah yang berperan untuk melestarikan koleksi dari warisan budaya Indonesia. Di Museum Nasional Indonesia memiliki banyak ruang koleksi yang diantaranya terbagi menjadi dua gedung yaitu Gedung A yang diantaranya terdiri dari ruang sejarah kebudayaan Indonesia, Negara Republik Indonesia, simbol Indonesia, alam Indonesia, budaya Indonesia, berbagai ruang galeri hingga ruang imajinasi Imersif A. Selain itu, terdapat juga beberapa galeri di Gedung B yang terdiri dari galeri Manusia dan Lingkungan, galeri Ilmu Pengetahuan dan Teknologi galeri Organisasi Sosial dan galeri Emas dan Keramik.

Sebagai salah satu pusat edukasi sejarah dan juga sebagai tempat rekreasi untuk belajar maka pengalaman yang diberikan harus mengesankan dengan menerapkan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Ibrahim dan Tawil (2019) Kualitas pelayanan adalah serangkaian bentuk layanan khusus yang dapat membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri. Menurut Fatini & Dewi (2020) peningkatan kualitas pelayanan sendiri harus perlu dilakukan karena bertujuan untuk kepuasan pengunjung. Menurut Amadhea & Farida (2022) Kepuasan konsumen merupakan loyalitas yang akan diberikan konsumen terhadap pelayanan perusahaan sehingga apabila pelayanan yang diberikan berkualitas maka konsumen akan memprioritaskan perusahaan tersebut untuk menjadi konsumen tetap. Museum Nasional Indonesia merupakan destinasi wisata sejarah terkenal di Jakarta yang termasuk kedalam museum dan cagar budaya yang memiliki ulasan tertinggidiantara museum dan cagar budaya lainnya. Berikut data rating dan jumlah ulasan museum dan cagar budaya dikelola Kemendikbud dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Rating dan Ulasan Museum dan Cagar Budaya di DKI Jakarta

No	Museum	Rating	Ulasan
1	Museum Nasional Indonesia	4,7	15.264
2	Galeri Nasional Indonesia	4,7	9.449
3	Museum Kebangkitan Nasional	4,7	2.183
4	Museum Naskah Proklamasi	4,7	1.100
5	Museum Sumpah Pemuda	4,7	1.126
6	Museum Basuki Abdullah	4,7	1.181

Sumber: Ringkasan ulasan Google Review Museum dan Cagar Budaya 2023

Berdasarkan tabel 1. Museum Nasional Indonesia menempati posisi pertama dengan ulasan terbanyak 15.264. Sebagai salah satu museum yang mampu bertahan di era pandemi covid-19 Museum Nasional Indonesia mengalami jumlah kunjungan yang meningkat dari tahun 2020-2022. Berikut merupakan tabel jumlah kunjungan Museum Nasional Indonesia dari tahun 2020-2023.

Tabel 2. Data Jumlah Kunjungan Museum Nasional Indonesia Tahun 2020 -2022

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2020	3.715
2	2021	32.017
3	2022	399.220
	Total	434.953

Sumber: Website Museum Nasional Indonesia Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.2 Museum Nasional Indonesia mengalami peningkatan drastis jumlah kunjungan. Adapun data keluhan pengunjung Museum Nasional Indonesia didapat dari hasil evaluasi pegawai museum setiap minggunya. Berikut tabel data keluhan Museum Nasional Indonesia tahun 2023.

Tabel 3. Keluhan Pengunjung Museum Nasional Indonesia Tahun 2023

No	Deskripsi Keluhan
1	Kurangnya pemandu ketika pengunjung sedang ramai
2	Tempat parkir yang terbatas untuk bus dan mobil besar jika membawa rombongan
3	Tidak adanya penjelasan pada beberapa koleksi seperti beberapa foto
4	Minimnya penunjuk arah dalam menuju setiap ruangan
5	Kurangnya informasi pada tempat penitipan tas seperti standar ukuran dan jenis tas yang akan dititipkan pengunjung
6	Tidak ada denah digital yang diberikan di sosial media

Sumber: Hasil Evaluasi Rapat Pengelola Museum Nasional Indonesia Tahun 2023

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kuantitatif deskriptif untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Nasional Indonesia, melalui pendekatan analisis deskriptif dengan survei mengenai subjek yang akan diteliti. Jumlah populasi pada penelitian ini sebesar 434.953 yang didapat dari website Museum Nasional Indonesia. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus slovin, cara pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pertimbangan responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung minimal 1 kali ke Museum Nasional Indonesia. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala *likert*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi.

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan tertutup kepada responden dan diberikan secara langsung melalui

Google Form kepada responden. Data hasil kuesioner akan dibuat dalam bentuk tabulasi data dan di hitung menggunakan excel untuk mencari nilai rata-rata skor sesuai dengan masing-masing indikator dari setiap variabel. Adapun pengukuran data dengan menggunakan skala likert dengan nilai skala 1 hingga 4, dimana nilai 1= Sangat Tidak Setuju dan 4= Sangat Setuju.

Tabel 4. Skala Likert Kuesioner

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Dalam mengukur interpretasi terhadap jawaban responden, terdapat skala interval yang ditentukan sebagai berikut dengan banyak kelas interval 4 (skala). Rumus untuk menghitung jarak interval:

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$I = \frac{4-1}{4}$$

$$I = 0,75$$

Setelah mengetahui jarak interval sebesar 0,75, maka diperoleh pengelompokan berdasarkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 5. Skala Interval Kuesioner

Interval	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pengunjung
1,00 – 1,75	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
1,76 – 2,50	Tidak Baik	Tidak Puas
2,51 – 3,25	Baik	Puas
3,26 – 4,00	Sangat Baik	Sangat Puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Rekapitulasi Penelitian Responden Menilai Kualitas Pelayanan di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat

No	Pernyataan	Dimensi	Jumlah	Rata-Rata	Kategori
1.	Menurut saya fasilitas di Museum Nasional Indonesia lengkap	<i>Tangibles</i>	340	3,40	Sangat Baik
2.	Penampilan petugas Museum Nasional Indonesia yang rapih		342	3,42	Sangat Baik
	Rerata <i>Tangibles</i>			3,41	Sangat Baik
3.	Petugas mampu melayani pengunjung dengan baik		349	3,49	Sangat Baik
4.	Petugas mampu menjawab pertanyaan pengunjung dengan baik	<i>Reliability</i>	349	3,49	Sangat Baik
	Rerata <i>Reliability</i>			3,49	Sangat Baik
5.	Petugas memiliki kecepatan dalam mengatasi keluhan pengunjung		330	3,30	Sangat Baik
6.	Petugas inisiatif dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung	<i>Responsiveenes</i>	342	3,42	Sangat Baik
	Rerata <i>Responsiveenes</i>			3,36	Sangat Baik
7.	Petugas dapat memberikan rasa aman kepada pengunjung yang datang ke museum		344	3,47	Sangat Baik
8.	Petugas memberikan jaminan pelayanan yang baik kepada pengunjung	<i>Assurance</i>	341	3,41	Sangat Baik
	Rerata <i>Assurance</i>			3,43	Sangat Baik
9.	Petugas memiliki sikap yang ramah kepada pengunjung		349	3,49	Sangat Baik
10.	Petugas dapat memahami kebutuhan dan keinginan pengunjung		338	3,38	Sangat Baik
	Rerata <i>Emphaty</i>			3,44	Sangat Baik
	Rerata Rekapitulasi			3,42	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Berdasarkan tabel 6. hasil keseluruhan penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan di Museum Nasional Indonesia dapat dilihat bahwa rerata keseluruhan sebesar 3,42 dinilai sangat baik. Adapun dimensi rerata tertinggi sebesar 3,49 terdapat pada dimensi *reliability*. Adapun dimensi dengan rerata terendah pada variabel kualitas pelayanan terdapat di dalam dimensi *responsiveness* sebesar 3,36.

Tabel 7. Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel KepuasanPengunjung

No	Pernyataan	Dimensi	Jumlah	Rata- Rata	Interpretasi
1.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan karena sesuai dengan yang diharapkan	Kesesuaian	342	3,42	Sangat Puas
2.	Saya puas dengan jasaatau produk yang diberikan	Harapan	349	3,49	Sangat Puas
	Rerata Kesesuaian Harapan			3,46	Sangat Puas
3.	Saya berminat berkunjung kembali karena merasa puasdengan dengan pelayanan yang diberikan	Minat Berkunjung Kembali	354	3,54	Sangat Puas
4.	Saya berminat berkunjung kembali karena merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan		351	3,51	Sangat Puas
	Rerata Minat Berkunjung Kembali			3,53	Sangat Puas
5.	Saya bersedia merekomendasikan kepada teman		363	3,63	Sangat Puas
6.	Saya bersedia merekomendasikan kepada keluarga	Kesediaan Merekomendasikan	358	3,58	Sangat Puas
	Rerata Kesediaan Merekomendasikan	ikan		3,61	Sangat Puas
	Rerata Rekapitulasi			3,53	Sangat Puas

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Berdasarkan tabel 7. hasil keseluruhan penilaian responden terhadap variabel kepuasan pengunjung di Museum Nasional Indonesia dapat dilihat bahwa rerata keseluruhan sebesar 3,53 dinilai sangat puas. Adapun dimensi rerata tertinggi sebesar 3,61 terdapat pada dimensi kesediaan merekomendasikan. Adapun dimensi rerata terendah sebesar 3,46 yang terdapat pada dimensi kesesuaian harapan.

Analisis regresi linear sederhana

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan digunakan analisis regresi linear sederhana yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,107	,251		4,412	<,001
	X (Kualitas Pelayanan)	,704	,074	,694	9,552	<,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 29 (2024)

Berdasarkan gambar 1.8 terdapat hasil analisis uji regresi linear sederhana dari penelitian ini, maka didapatkan persamaan dari regresi linear sederhana di bawah ini:

$$Y = a + bX \quad Y = 1,107 + 0,704X$$

Dari adanya persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut bahwa koefisien konstanta bernilai positif yaitu sebesar 1,107 yang artinya jika tidak terdapat kualitas pelayanan (X) maka kepuasan pengunjung (Y) akan tetap sebesar 1,107. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,704 yang artinya apabila kualitas pelayanan (X) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,704.

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan Uji T untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan tabel 1.8 diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar $< 0,001$ yang berarti $< 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat.

Koefisien determinasi

Koefisien determinasi dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel x terhadap variabel y. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,694 ^a	,482	,477	,31318

a. Predictors: Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 29 (2024)

Berdasarkan gambar 1.9 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,482. Dapat dilihat pada tabel hasil di atas dapat disimpulkan bahwa persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) adalah sebesar 48,2%, sedangkan sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti harga, promosi, produk dan variabel penelitian lainnya

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan serta hasil dari penelitian pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pinanti Kopi Jl Raya Citayam Kota Depok, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Menurut tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan dikategorikan sangat baik dengan rerata rekapitulasi sebesar 3,42. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat sudah memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada pengunjung. Untuk rerata tertinggi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 3,49 terdapat pada dimensi *reliability* sedangkan rerata terendah 3,30 terdapat pada dimensi *responsiveness*; 2) Menurut tanggapan responden mengenai kepuasan pengunjung dikategorikan sangat puas dengan rerata rekapitulasi sebesar 3,53. Kemudian, pada variabel kepuasan pengunjung ini rerata tertinggi terdapat pada dimensi kesediaan merekomendasikan dengan nilai rata-rata sebesar 3,61. Untuk rerata terendah terdapat pada dimensi kesesuaian harapan dengan nilai sebesar 3,46; 3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 48,2%, sedangkan sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti harga, promosi, produk dan variabel penelitian lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, T., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyani, E., & Widiati, E. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar dan Strategi). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Amadhea, G. D., & Farida, F. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pt Lintas Nusantara Perdana). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 342–355. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.59>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Vanaprastga Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. 024, 282.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Madjowa, I. S., Levyda, L., & Abdullah, S. (2023). Tingkat Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Melalui Variabel Moderating Kepuasan Konsumen. *Jesya*, 6(1), 184–193. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.909>
- Miswan, M., Austriana, S., & Sukaesih, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Virtual

- Experience Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Penerangan Di TMII Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 161–177. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v4i2.691>
- Muis, A., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. M. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi Go-Jek Di Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(4), 1–18.
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Kusumayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Cfc Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 26–32.
- Puspita, R. H., Prasetya Nugraha, A. E., Nurhayati, L., Mulyana, M., Rinwanti, Ulya, W., Yunita, I., Parhusip, A. A., Akbar, S. S., Firmasnyah, H., Muna, N., Kusuma, H. W., Herawati, H., Suwitho, Wahyudi, D., Ratnasari, K., Yusnaini, & Santoso, A. (2021). Manajemen Pemasaran. Eureka Media Aksara.
- Rahmah, P., Minarti, A., Abbas, M., & Amriana, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Kawasan Wisata Permandian Alam Lejja. 6, 174–182.
- Salman, A. B. Muzakkir, & Naida.(2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada RSUD Lamaddukelleng Sengkang. *Precise Journal of Economic*, 2(1), 37-43.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen). In N. W. WK (Ed.), *Jurnal Agora: Vol. 5 No. (Issue September)*. C.V Andi Offset. https://Www.Academia.Edu/37610166/Perilaku_Konsumen_Perilaku_Konsumen_Makalah_Perilaku_Konsumen
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian. Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>