

## Hubungan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Batik (Studi Kasus di Quina Batik)

Agung Hartadi<sup>1)</sup>, Ika Tirta Candra Rini<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

<sup>2)</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta

Email : [agunghartadi@amayogyakarta.ac.id](mailto:agunghartadi@amayogyakarta.ac.id), [ikatirta14@stibsa.ac.id](mailto:ikatirta14@stibsa.ac.id)

### Abstract

*This research to see the relationship between Service Quality and Customer Satisfaction with batik, a case study at Quina Batik. Where the research subjects are customers at Quina Batik with a total of 100 customers. By taking samples through total sampling technique. Data was collected using a Likert scale consisting of two scales, namely the Service Quality scale and the Customer Satisfaction scale. The data analysis method used is Product Moment Analysis. The result is that there is a significant positive relationship between Service Quality and Batik Customer Satisfaction at Quina Batik. Service quality has an effect on customer satisfaction of 71.7%. This means that there are still 28.3% of the influence of other factors on customer satisfaction. From these results, it is hoped that Quina Batik will improve its ability to provide everything that its customers expect or in other words, whether or not the quality of service is good depends on the ability to provide services to consistently meet customer expectations.*

**Keywords:** *Service Quality; Customer Satisfaction; Quina Batik*

### PENDAHULUAN

Masalah sandang saat ini bagi sebagian orang sudah bergeser, dahulu sandang merupakan prioritas kedua setelah kebutuhan akan pangan tercukupi. Namun sekarang sudah bergeser menjadi trend atau gaya hidup di masa kini. Hal ini tentu menuntut para pengusaha butik untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, disisi lain untuk meningkatkan omzet penjualan tetapi disisi lain untuk memberikan kepuasan bagi setiap pelanggan butik.

Pengusaha batik dalam hal ini butik memiliki peran dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam hal sandang. Paradigma baru dalam pelayanan ini memberikan syarat kepada para pengusaha batik sampai penjual batik untuk memberikan dan menyediakan pelayanan jual yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli atau pelanggan. Persaingan yang semakin ketat era saat ini menuntut para pengusaha butik untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pembeli/ pelanggannya. Para pembeli akan mencari produk butik dari pengusaha butik yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Masalah utama sebagai pengusaha atau penjual batik adalah semakin banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama. Oleh karena itu, dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan agar selalu menjaga kepuasan dari pelanggannya.

Dalam melayani konsumen, baik yang hanya bertanya saja (membandingkan harga, kualitas, corak dengan butik lain) atau pelanggan. Maka Quina batik harus melengkapi diri dan senantiasa mendengarkan kritik ataupun saran dari para konsumen, serta berusaha memberikan respon terhadap keinginan, harapan, serta apa yang dituntut dari para konsumen butik yang dapat membuat quina batik semakin baik dalam hal pelayanan penjualan. Hal ini berhubungan sangat erat dengan karyawan yang secara langsung melayani para pelanggan. Sumber daya manusia dalam hal ini karyawan merupakan faktor dalam yang sangat menentukan dalam menghasilkan pelayanan yang berkualitas. Namun, bukan berarti hanya karyawan saja akan

tetapi pemilik usaha pun juga harus memahami cara melayani konsumen dengan baik. Karena hal inilah dapat diukur dari tingkat kepuasan konsumen.

Kepuasan itu sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan seseorang terhadap kinerja maupun hasil dari suatu produk dan harapannya. Menurut Kotler (2009), kepuasan dapat didefinisikan sebagai totalitas dari suatu keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas merupakan faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis pelayanan yang berkembang pesat saat ini. Quina batik selalu memberikan pelayanan pejualan yang baik kepada para pelanggannya, akan tetapi masih ditemui keluhan atau penilaian yang kurang baik dari pelayanan yang telah diberikan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014), kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang artinya cukup baik atau memadai dan *facio* berarti melakukan atau membuat. Sedangkan menurut Fitzsimmons (Mursyid, 2018) kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah persepsi masyarakat akan kenyataan dari realitas yang ada yang dibandingkan dengan harapan-harapan yang ada. Atau adanya perbedaan antara harapan konsumenterhadap suatu pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan.

Menurut Irawan (Mursyid, 2018) faktor-faktor kepuasan pelanggan, hal ini menjadi indikator pengukuran variabel kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas produk Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- b. Harga Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- c. *Servis Quality* Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salahsatunya yang populer adalah *SERVQUAL*.
- d. *Emotional Factor* Pelanggan akan merasa puas karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

### Mutu/ Kualitas Pelayanan

Goestch, dkk (Mursyid, 2018) Kualitas Pelayanan atau mutu pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa(pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Muninjaya (2011) berpendapat dimensi mutu terdiri dari *tangibles* (tampilan fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan layanan), *emphaty* (kemampuan memberikan jaminan layanan) dan *assurance* (kemampuan memberikan jaminan layanan). Sedangkan menurut Tjiptono (Mursyid, 2018) lima determinan kualitas Jasa atau pelayanan yang menjadi indikator pengukuran variabel ini terdiri dari:

- a. *Tangibles* (Bukti Langsung) Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (Kehandalan) Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* ( Daya Tanggap ) Keinginan staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- d. *Assurance* (Jaminan) Mencakup pengeathuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat di percaya yang di miliki staf; bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- e. *Emphaty* (Empati) Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

### Penelitian Terdahulu

Mursyid. (2019) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan masyarakat di UPT Puskesmas Mranti Purworejo berdasarkan hasil menunjukkan Kualitas pelayanan kesehatan yang terdiri dari variabel *Tangible* (X1) *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Emphaty* (X5), secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat (Y). Dengan demikian, maka hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini yakni Kualitas Pelayanan Kesehatan yang terdiri dari variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat di UPT Puskesmas Mranti Purworejo diterima, karena sesuai dengan hasil pengolahan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian. Variabel yang paling besar pengaruhnya atau dominan dibandingkan dengan variabel lainnya dalam penelitian ini adalah variabel *Tangible* (X1). Hal ini dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi variabel tersebut dengan nilai paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Dengan demikian, maka hipotesis ketujuh yang diajukan yakni Variabel yang memiliki pengaruh paling besar dari kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan masyarakat di UPT Puskesmas Mranti Purworejo adalah variabel *tangible*, dinyatakan diterima, karena sesuai dengan hasil pengolahan data.

Subyantoro (2018) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan administrasi badan penyelenggara jaminan sosial (BPJS) terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSA UGM Yogyakarta, berdasarkan hasil menunjukkan Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien berkolerasi sedang. Dengan nilai 0,528 lebih besar dari 0,5. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan administrasi BPJS terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Akademik UGM Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari angka probabilitas (Sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari (Alpha) 0,05. Maka, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

Wulansari (2020) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Cabang Pondok Ranji dengan hasil Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 10,482 + 0,809X$ , nilai korelasi sebesar 0,760 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 57,8% sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,796 > 1,988).

Mulyanto (2012) meneliti tentang Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Organisasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada STIE Totalwin Semarang) dengan hasil Hasil analisis menunjukkan bahwa bukti fisik memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Hasil analisis menunjukkan bahwa keandalan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tanggap memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Hasil analisis menunjukkan bahwa jaminan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Hasil analisis menunjukkan bahwa kepedulian /empati memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Oktariani, dkk (2021) meneliti tentang Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Di PT. Grand Shafa Nauli dengan hasil hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,585$  ; sig < 0,000.

**Hipotesis :**

Mutu Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan batik

**METODE PENELITIAN****Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal, dikarenakan merupakan suatu metode yang menjelaskan hubungan antara dua variabel, yang bersifat sebab akibat, dimana terdapat variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi. (Sugiyono, 2017).

**Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono, (2017) "Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Quina Batik.

Menurut Sugiyono, (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jumlah sampel adalah 100 orang pelanggan Quina Batik.

**Metode Pengumpulan Data**

Kuesioner disebut juga dengan angket atau *self administratedd questioner* adalah pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. (Tanzeh, 2011).

**Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment*. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5%. Sedangkan untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach Alpha*. Instrumen penelitian dalam penelitian ini dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

**Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji regresi linier sederhana, uji signifikansi parameter individual (uji t), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Gambaran Umum Responden**

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Responden yang dipilih merupakan para pelanggan yang pernah membeli atau berlangganan batik di butik Quina Batik. Penyajian data mengenai identitas responden di sini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan pendapatan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

**a. Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Quina Batik merupakan sebuah lokasi untuk berbelanja batik sehingga memungkinkan bahwa konsumen yang ada di dalamnya bervariasi dalam jenis kelaminnya. Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1**  
**Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	37	37 %
Wanita	63	63 %
Total	100	100 %

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah wanita yaitu sebanyak 63 orang (63,0%) sedangkan responden pria sebanyak 37 orang atau 37%. Hal ini dikarenakan wanita seringkali lebih aktif dan senang memakai batik dibanding pria.

#### b. Responden berdasarkan Umur

Dengan variatifnya responden pelanggan Quina Batik, maka akan memungkinkan responden juga bervariasi berdasarkan umur. Di sisi konsumen suatu produk, umur seringkali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang atau jasa. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Jumlah Responden Menurut Umur**

Umur	Jumlah Responden	Persentase
< 18 th	5	5 %
19 – 35 th	43	43 %
>35 th	52	52 %
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur >35 tahun yaitu sebanyak 52 orang atau 52%, diikuti dengan usia responden 19 – 35 tahun yaitu sebanyak 43 orang atau 43%. Dan yang berumur <18 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 5%.

#### c. Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusannya. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk jasa. Tabulasi responden mengenai pekerjaan disajikan berikut ini:

**Tabel 3**  
**Jumlah Responden Menurut Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
PNS	31	31%
Pegawai swasta	33	33%
Wiraswasta	22	22%
IRT	5	5 %
Pelajar/mahasiswa	9	9 %
Jumlah	100	100%

Tabel 3 menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian responden adalah sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 33 orang atau 33%, diikuti oleh responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 31 orang atau 31%. Hal ini memberikan penjelasan bahwa konsumen Quina Batik adalah kalangan orang yang sudah bekerja di sektor swasta merupakan konsumen yang potensial pada produk butik dari Quina Batik.

#### d. Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan dapat menjelaskan kemampuan seseorang dalam kaitannya dengan perilaku seseorang. Tabulasi responden mengenai pendapatan disajikan berikut ini:

**Tabel 4**  
**Jumlah Responden Menurut Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 500.000	5	5%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	15	15%
Rp. 1.100.000 – Rp. 1.500.000	20	20%
Rp. 1.600.000 – Rp. 2.000.000	31	31%
> Rp. 2.000.000	29	29%
Jumlah	100	100%

Tabel 4 menunjukkan bahwa pendapatan sebagian responden adalah Rp. 1.600.000 – Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 31 orang atau 31%, diikuti oleh responden yang berpenghasilan lebih dari Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 29 orang atau 29%. Kemampuan seseorang yang lebih akan memungkinkan seseorang mencari pemenuhan Fashion butik yang mengikuti trend.

#### Uji Validitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel\ 5\%}$	Ket.
Mutu Pelayanan (X)	1	0,616	0,165	Valid
	2	0,454	0,165	Valid
	3	0,668	0,165	Valid
	4	0,569	0,165	Valid
	5	0,659	0,165	Valid
	6	0,549	0,165	Valid
	7	0,642	0,165	Valid
	8	0,664	0,165	Valid
	9	0,619	0,165	Valid
	10	0,705	0,165	Valid
	11	0,647	0,165	Valid
	12	0,565	0,165	Valid
	13	0,555	0,165	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,387	0,165	Valid
	2	0,478	0,165	Valid
	3	0,328	0,165	Valid
	4	0,747	0,165	Valid

Dari tabel di atas diperoleh bahwa semua indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel mutu pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Cronbach Alpha	Ket.
Mutu Pelayanan (X)	0,854	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,695	0,60	Reliabel



Berdasarkan tabel 6 di atas baik variabel Mutu Pelayanan (X) dan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) nilai Cronbach Alpha hitung lebih besar dari koefisien Cronbach Alpha 0,60.

### Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 7**  
**Uji Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.020	.861		1.184	.239
	X	.327	.021	.847	15.758	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 7 tersebut di atas, maka dapat analisis regresi sederhana secara umum (Sugiyono, 2015) dapat dirumuskan sebagai berikut:  $Y = a + bX$ , apabila dimasukkan rumus menjadi  $Y = 1,020 + 0,327X$ . Hasil tersebut berarti peningkatan 1 persen mutu pelayanan dengan kepuasan pelangga sebesar 0,327 persen. Berdasarkan persamaan tersebut, penelitian ini ditemukan bahwa hubungan satu arah antara mutu pelayanan dan kepuasan pelangga di Quina Batik.

### Uji Hipotesis

a. Uji t

**Tabel 8**  
**t tabel**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.020	.861		1.184	.239
	X	.327	.021	.847	15.758	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dengan t tabel dan membandingkan nilai Sign dengan 0.05. hasil untuk perhitungan uji t dapat dilihat di tabel 8 di atas. Maka dapat diketahui nilai t hitung sebesar 15,758 dengan nilai Sig. 0.000, sedangkan nilai t tabel 1,660. Maka dapat disimpulkan t hitung > t tabel ( $15,758 > 1,660$ ) dan nilai Sig. lebih kecil dari 0.05. artinya variabel mutu pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Quina Batik.

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti variasi variabel terikat atau dependen yang sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen sudah dapat memberkat informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen tersebut.

**Tabel 9**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 <sup>a</sup>	.717	.714	.77685

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 9 di atas diperoleh R square sebesar 0,717 atau 71,8 %. Hal ini berarti bahwa hubungan variabel independen (mutu pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 71.7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar penelitian ini.

## PENUTUP

Dari hasil dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel mutu pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Quina Batik. Dan pengaruh variabel independen (mutu pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 71.7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan dari hasil kajian penelitian dan kesimpulan yang diuraikan di atas, ada beberapa hal yang dapat dijadikan rekomendasi berupa saran sebagai berikut:

- a. Diharapkan Quina Batik dapat lebih meningkatkan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan
- b. Diharapkan Quina Batik dapat lebih memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Diharapkan Quina Batik memberikan perlakuan yang lebih sopan, ramah dan baik terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Bagus Dwi & Oktarini. (2021). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Di PT. Grand Shafa Nauli. *Jurnal Mahasiswa Fpsi*. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/Fpsi/article/view/1222>, vol. 2 no. 1, 1-11
- Mulyanto, Kukuh . (2012). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Organisasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada STIE Totalwin Semarang). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*. <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/37/36>, vol.3 no. 2, 1-6
- Muninjaya.(2011). *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: EGC.
- Mursyid. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat di UPT Puskesmas Mranti Purworejo. *Jurnal Albama*. <https://albama.amayogyakarta.ac.id/repository-detail/viewer/V0hSdkgxSDFtRzV6Y1ozdHRWSTFYdz09>, vol.12 no. 2, 1-28
- Subyantoro, Ary. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di RSA UGM



Yogyakarta. *Jurnal Albama*. <https://albama.amayogyakarta.ac.id/repo-journal-detail/viewer/dUs3Rl11R0JDTHhwaEtRMi9OM0V1UT09>. vol.10 no. 1, 43-51

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tanzeh, Ahmad. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.

Tjiptono, Fandi. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wulansari, Retno. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Cabang Pondok Ranji. *Jurnal Ekonomi Efektif*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/10676/6676>, vol.2 no. 4, 563-568