

# KINERJA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA

<sup>1</sup> Mupaat, <sup>2</sup>Siti Maskanah, <sup>3</sup>Aditia Erfina, <sup>4</sup>Sudin Saepudin  
<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Sistem Informasi  
<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Nusa Putra  
<sup>1,2,3,4</sup>Jl. Raya Cibolang Kaler No. 21 Kab. Sukabumi  
<sup>1</sup>mupaat@nusaputra.ac.id, <sup>2</sup>siti.maskanah\_si17@gmail.com,  
<sup>3</sup>aditia@nusaputra.ac.id, <sup>4</sup>sudin.saepudin@nusaputra.ac.id

Korespondensi: <sup>1</sup>mupaat@nusaputra.ac.id

## ABSTRAK

Cafe di Indonesia di dominasi oleh perusahaan asing yang menjual atau menyewakan merek dagangnya atau sistem bisnisnya. Untuk mengajak pengusaha bergabung dalam jaringan pemasokan makanan siap saji restaurant. Dampaknya membawa pengaruh yang cukup besar, dimana pengusaha merasa lebih mudah menggunakan merek dagang tertentu yang sudah terkenal dari pada menciptakan merek yang baru. Fenomena ini yang ada ini mendorong maraknya jumlah makanan siap saji cafe, yang semakin hari semakin banyak menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan makanan siap saji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk kinerja pelayanan terhadap kepuasan konsumen . Sample yang digunakan adalah hasil survei langsung dengan menyebar kuisisioner pada konsumen yang datang ke Milan Pizzeria Café. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penerapan regresi linier berganda terhadap prediksi kepuasan konsumen. Kurangnya kualitas produk dan kinerja pelayanan sehingga berpengaruh pada nilai kepuasan konsumen

**Kata Kunci :** *Cafe, Makanan Siap Saji , Regresi Linier Berganda*

## ABSTRACT

Cafe in Indonesia is dominated by foreign companies that sell or rent their trademarks or business systems. To invite entrepreneurs to join the restaurant's fast food distribution network. The impact has a considerable influence, where employers find it easier to use certain trademarks that are already well known than to create a new brand. This phenomenon is driving the rise of the number of cafe ready meals, which increasingly leads to increasingly intense competition among fast food companies. This study aims to find out the quality of service performance products to customer satisfaction. The sample used was the result of a direct survey by spreading questionnaires to consumers who came to Milan Pizzeria Café. The analysis method used in this study was the application of multiple linear regressions to consumer satisfaction predictions. Lack of product quality and service performance so that it affects the value of customer satisfac.

**Keywords:** *Cafe, Ready Meals, Multiple Linear Regression*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan

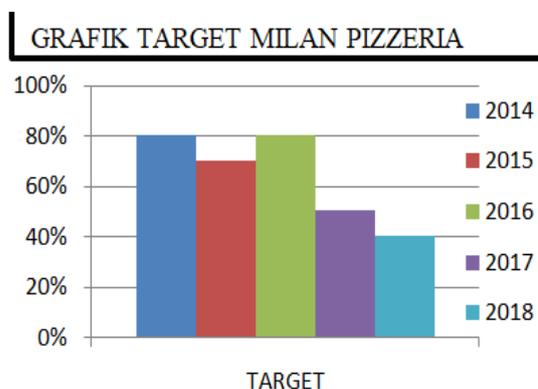
antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat

memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan [1].

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen [2].

Terciptanya kepuasan pelanggan akan memberi pengaruh yang besar bagi kelangsungan hidup perusahaan yang dalam hal ini adalah Flarent Salon and Spa sebagai penyedia layanan perawatan kecantikan menjadi lebih baik. Tanpa adanya kepuasan pelanggan atas pelayanan baik berupa barang maupun jasa maka harapan suatu perusahaan untuk dapat hidup, tumbuh, dan berkembang akan sangat sulit tercapai [3].

Pada penelitian ini penulis memilih Milan Pizzeria Cafe sebagai objek penelitian. Outlet Milan Pizzeria Cafe Cinere adalah salah satu cabang outlet MPC didaerah depok. Berikut adalah nilai tingkat pendapatan berdasarkan rata-rata pendapatan setiap bulan. Dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Data Hasil Pencapaian Target Milan Pizzeria Cafe Cinere-Depok

Dari grafik diatas menunjukan, hasil rata-rata target pendapatan dalam satu tahun yang mengalami penurunan dan kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2014 target mencapai 80%, dan pada tahun 2015 mengalami penurunan dengan rata-rata pendapatan 70% , selanjutnya pada tahun 2016 mengalami peningkatan dengan pendapatan 80%, pada tahun 2017 pendapatan

mencapai 50%, selanjutnya pada tahun 2018 pendapatan mencapai 40% mengalami penurunan target yang sangat rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan pada Outlet Milan Pizzeria Cafe Cinere-Depok tidak stabil.

Dengan menggunakan metode regresi linier berdasarkan penelitian terdahulu dalam memprediksi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer hasil penelitian di peroleh persamaan regresi linier berganda  $Y = 6.983 + 0.283X_1 + 0.334X_2$ . Hasil hipotesis secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung sebesar 73.087 dengan nilai signifikan 0.000. karena probabilitas lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis diterima. Sedangkan hasil dari uji hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh t hitung untuk variabel harga sebesar 3.913 dan t hitung variabel kualitas produk sebesar 5.74. dimana probabilitasnya lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis diterima. Koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 0.593, hal ini berarti 59.3% konsumen Mahasiswa Fakultas Unnes yang menggunakan notebook Acer di pengaruhi oleh harga dan kualitas produk sedangkan sisanya 40.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti.

Penelitian dari Yanti Aryani dan Dudih Gustian (2020). Mereka melakukan penelitian dengan judul "Sistem Informasi Penjualan Barang dengan Metode Regresi Linear Berganda dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan". Penelitian ini menggunakan data kaca mobil dengan metode Liner Regresi Berganda dengan parameter jumlah pembelian barang, jumlah kaca spion dan jumlah kaca mobil. Penelitian ini menghasilkan terdapat pengaruh parameter yang diteliti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan perusahaan [4].

Penelitian dari Faigah A. Badjamal (2013). Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi. Populasi dalam penelitian ini 330 orang dari jumlah konsumen yang datang dalam waktu

tiga bulan pada bisnis Center. hasil penelitian menunjukkan,1) Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi,2) Bukti langsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi,3) Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi,4) Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi,5) Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi, 6) Empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota Parigi [5].

Penelitian dari Kevin Yeremia Kambey dan Jantje L. Sepang (2018). Mereka melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (Pt. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado)”. Penelitian ini berlokasi di PT. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado dan penelitian ini dilakukan pada tahun 2018, dengan meneliti seberapa besar pengaruh variable bebas Kualitas Pelayanan (X1), Bauran Pemasaran (X2), dan Citra Merek (X3) terhadap variable terikat Kepuasan Konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Jika dilihat dari jumlahnya, populasi dalam 1 tahun terakhir sebanyak 9600 konsumen. Dan sampel yang didapat dengan menggunakan rumus slovin dalam penelitian ini berjumlah 99 responden. Hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi secara parsial variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan sedangkan variabel bauran pemasaran dan variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan [6].

Penelitian ini memberikan solusi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk dan variabel kinerja pelayanan, keseimbangan antara kualitas produk dan kinerja

pelayanan serta mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh dalam memprediksikan kepuasan konsumen.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Analisis Hipotesis

Pengumpulan data, memprediksi variabel-variabel *X* (*independen variabel*) yang akan mempengaruhi variabel *Y* (*dependent variabel*). Berdasarkan tinjauan penelitian terkait dan hipotesis bahwa variabel yang akan mempengaruhi *Y* (kepuasan pelanggan) yaitu *X*<sub>1</sub>(kualitas produk), *X*<sub>2</sub> (kinerja pelayanan).

### 2.2 Sistem Pendukung Keputusan

Sistem Pendukung Keputusan Grup (Group Decision Support System) Merupakan suatu varian dari system pendukung keputusan yang sengaja dirancang untuk memberikan suatu dukungan tidak hanya pada individu, akan tetapi pada suatu kelompok. Tujuan utama system ini adalah untuk mencari suatu keuntungan kekuatan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan menghasilkan akurasi data yang akurat dengan tingkat error yang rendah.

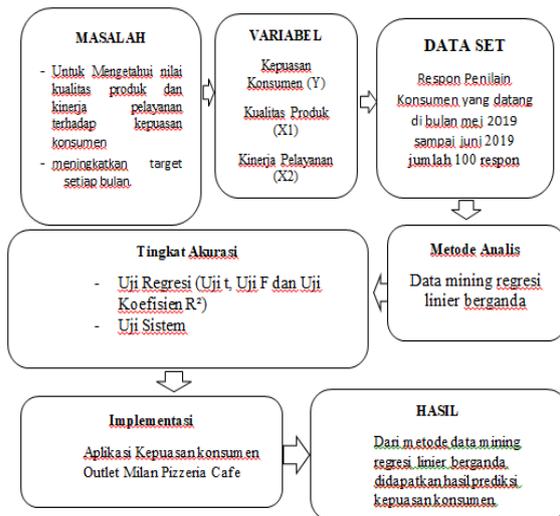
### 2.3 Metode Regresi Linear Berganda

Secara umum ada dua macam hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu bentuk hubungan dan keeratan hubungan. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Jika  $X_1, X_2, \dots, X_i$  adalah variabel –variabel independen dan *Y* adalah variabel dependen, maka terdapat hubungan fungsional antara *X* dan *Y*, dimana variasi dari *X* akan diiringi pula oleh variasi dari *Y*. Secara matematika hubungan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:  $Y = f(X_1, X_2, \dots, X_i, e)$ , dimana *Y* adalah variabel dependen, *X* adalah variabel independen dan *e* adalah variabel residu.

## 2.4 Metode Prediksi

Prediksi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang sesuatu yang paling mungkin terjadi di masa depan berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki, agar kesalahannya (selisih antara sesuatu yang terjadi dengan hasil perkiraan) dapat diperkecil. Prediksi tidak harus memberikan jawaban secara pasti kejadian yang akan terjadi, melainkan berusaha untuk mencari jawaban sedekat mungkin yang akan terjadi.

## 2.5 Kerangka Berpikir



Gambar 2. Kerangka Berpikir

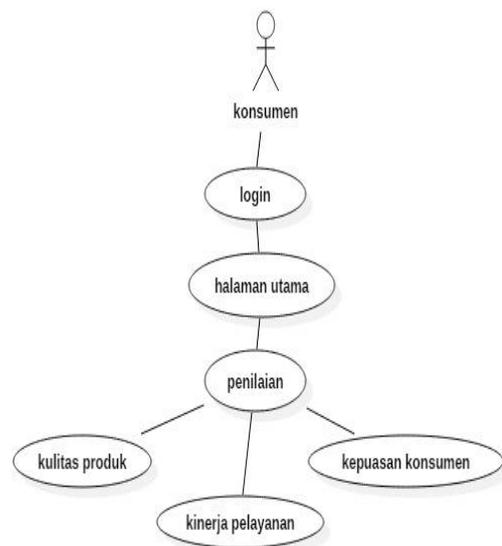
## III. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dengan melakukan penelitian di Milan Pizzeria Cafe Living Plaza Cinere, Jl Raya Cinere No.100, Living Plaza Cinere Kota Depok, Jawa Barat 16541. Objek penelitiannya adalah konsumen Milan Pizzeria Cafe Living Plaza Cinere baik yang sedang membeli di Milan Pizzeria Cafe Living Plaza Cinere tanpa memandang orang tersebut berasal dari wilayah cinere, ataupun luar Depok. Jadi batasan ruang lingkup penelitiannya bukan pada batas wilayah Cinere tetapi penulis mengambil sampelnya adalah masyarakat umum yang pernah membeli produk di Milan Pizzeria Cafe Living Plaza Cinere.

## 3.2 Sample

Sampel adalah wakil dari populasi yang diteliti. Jumlah sampel yang diambil atau digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode sampel probability melalui cara *simple random sampling* yaitu metode penarikan sampel probabilitas dengan acak sederhana dan setiap responden memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang karena cukup mewakili jumlah populasi dan tingkat kesalahan lebih rendah. Perhatikan pada Gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Kerangka use case

Dapat dilihat pada gambar usecase diagram diatas kegiatan apa saja yang dapat user kerjakan. Dimana user dapat melakukan penilaian terhadap di komponen utama yaitu pelayanan, produk dan kepuasan pribadi.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Perumusan Hipotesis

H1 = Terdapat pengaruh X1 (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan pelanggan).

H2 = Terdapat pengaruh X2 (kinerja pelayanan) terhadap Y (kepuasan pelanggan).

H3 = Terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

## 4.2 Hasil perhitungan SPSS

Hasil analisisnya perhitungan ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini:

### 1. Variabel Entered.

Tabel 1. *Variabel Entered*<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kinerja pelayanan (x2), kualitas produk(x1) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan(y)

b. All requested variables entered.

### 2. Pengujian hipotesis H1 dan H2 dengan uji T

Tabel 2. *Coefficients*<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	50.633	1.230		41.152	.000
kualitas produk(x1)	.014	.027	.047	.509	.612
kinerja pelayanan(x2)	.146	.030	.454	4.892	.000

<sup>a</sup>. Dependent Variable: kepuasan pelanggan(y)

### 3. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1(kualitas produk) terhadap Y (kepuasan konsumen) sebesar 0.612 >0.05 dan nilai T hitung 0.509 < 1.984 sehingga bisa disimpulkan bahwa H1 di tolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X1 (Kualitas Produk ) terhadap Y (kepuasan konsumen).

### 4. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X2 (kinerja pelayanan terhadap) Y(kepuasan konsumen) sebesar 0.000 < 0.05 dan nilai T hitung 4.892 < 1.984 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima berarti terdapat pengaruh X2(Kinerja Pelayanan) terhadap Y(kepuasan Konsumen).

Tabel 3. Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	12.514	2	6.257	12.081	.000 <sup>b</sup>
Residual	50.236	97	.518		
Total	62.750	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan(y)  
b. Predictors: (Constant), kinerja pelayanan(x2), kualitas produk (x1)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y sebesar 0.000<0.05 dan nilai F hitung 12.081 > dari F tabel 3.09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 (kualitas produk) dan X2 (kinerja pelayanan) secara simultan terhadap Y (kepuasan konsumen).

### 5. Uji Regresi

Tabel 4. *Coefficients*<sup>a</sup> Uji Regresi

Dari tabel di atas, bisa di Tarik persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$= (50.633) a + (0.014) x_1 + (0.146) x_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat di deskripsikan menjadi beberapa bagian yaitu:

- Nilai Konstanta = 50.633 artinya ketika dalam periode tertentu tidak melakukan perbaikan terhadap kualitas produk dan kinerja pelayanan, maka di prediksi perusahaan akan mengalami kerugian sebesar 50.633.
- Untuk menjadi variabel X, memiliki pengaruh positif atau berbanding lurus terhadap peningkatan kepuasan konsumen, yaitu X1 (kualitas produk) dan X2 (kinerja pelayanan).

Tabel 4. Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Model
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	50.633	1.230		41.152	(Constant)
kualitas produk(x1)	.014	.027	.047	.509	kualitas produk(x1)
kinerja pelayanan(x2)	.146	.030	.454	4.892	kinerja pelayanan(x2)

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan(y)

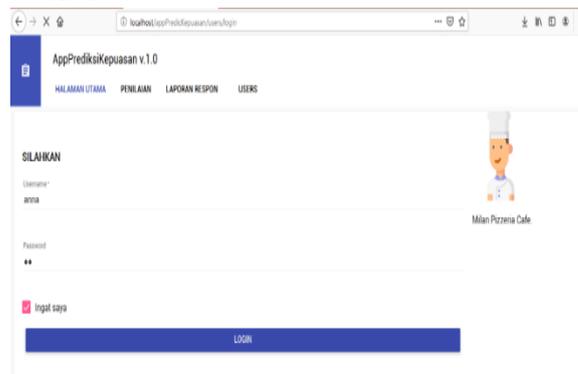
Hasil dari penelitian ini didapat bahwa nilai R sebesar 0.447 atau 44.7%. Berdasarkan tabel pedoman diatas, maka menunjukkan adanya hubungan yang sedang Antara variabel kualitas produk (X1) dan kinerja pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen.

### 4.3 Implementasi

Pembahasan kali ini adalah lanjutan dari perancangan sistem yang sudah dibuat. Tahapan ini merupakan tahapan dimana sistem siap di implementasikan. Setelah di implementasikan maka dilakukan pengujian sistem baru dimana dapat di lihat kesalahan dan kekurangan pada aplikasi yang baru untuk selanjutnya diadakan pengembangan sistem.

#### 1. Tampilan Interface

Berikut tampilan interface dari program yang dibuat:



Gambar 4. Tampilan Login

Menjelaskan tentang halaman login yang digunakan perusahaan untuk masuk ke sistem pendukung kepuasan konsumen. Isi username dan password kemudian klik login untuk masuk ke sistem, jika valid akan ditampilkan halaman sistem prediksi kepuasan konsumen.

### 6. Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.447a	.199	.183	.71965

a. Predictors: (Constant), kinerja pelayanan(x2), kualitas produk(x1).

#### 2. Tampilan Dashboard

Tabel 6. Pedoman Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000-0.199	Sangat Rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Kuat
0.800-1.000	Sangat Kuat



Gambar 5. Tampilan Dashboard

#### 4.4 Uji *Software Quality Assurance* (SQA)

Untuk memastikan bahwa perangkat lunak yang dibuat memiliki standar minimal kualitas, maka salah satu metoda untuk pengukuran kualitas perangkat lunak secara kuantitatif adalah metoda SQA (*Software Quality Assurance*).

Skor rata-rata yang dihasilkan adalah 83,4, sedangkan nilai optimal untuk sebuah perangkat lunak yang memenuhi standar kualitas berdasarkan uji SQA adalah 80.

### V. PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil perumusan dan perhitungan pada SPSS pada di bab 4 didapatkan persamaan regresi yang mempengaruhi jumlah konsumen adalah variabel kualitas produk dan kinerja pelayanan adalah:  $Y = a + bX_1 + bX_2$  dengan nilai  $Y = (50.633)a + (0.014)x_1 + (0.146)x_2$ , hal ini berarti pada nilai konstanta 50.633 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel kualitas produk dan kinerja pelayanan maka kepuasan konsumen sebesar 50.818. Kemudian nilai koefisien untuk variabel independen kualitas produk bernilai positif sebesar 0.014 hal ini menunjukkan bahwa dengan mengasumsikan diabaikannya variabel independen lainnya, jika variable kualitas produk semakin meningkat sebesar 1 %, maka dapat mempengaruhi peningkatan jumlah kinerja pelayanan bertambah 1 % maka dapat mempengaruhi peningkatan jumlah kepuasan konsumen. Selanjutnya nilai koefisien untuk variabel independent kinerja pelayanan bernilai positif sebesar 0.146 hal ini menunjukkan bahwa dengan mengasumsikan diabaikannya variabel independen kinerja pelayanan maka maka dapat mempengaruhi penurunan jumlah kepuasan konsumen. jika variabel bertambah 1 % maka dapat mempengaruhi peningkatan jumlah kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil hipotesis diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap  $Y$  sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F$  hitung  $12.081 >$  dari  $F$  tabel 3.09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$  (kualitas produk) dan  $X_2$  (kinerja pelayanan) secara simultan terhadap  $Y$  (kepuasan konsumen). Sistem informasi ini bisa menjadi

alat bantu bagi user dalam memprediksi kepuasan konsumen. User juga terbantu untuk mengontrol kualitas produk dan kinerja pelayanan yang dinilai langsung oleh konsumen, sehingga dapat melakukan perbaikan untuk melakukan peningkatan target.

#### 5.2 Saran

Pada penelitian selanjutnya penulis mengharapkan pada penelitian-penelitian berikutnya dapat membandingkan atau mengkolerasikan Regresi Linier Berganda dengan metode-metode lain sesuai dengan permasalahan yang dapat mempengaruhi proses kepuasan konsumen. Dengan adanya sistem prediksi kepuasan konsumen ini dapat mempermudah memberikan saran kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas produk dan kinerja pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berkunjung datang supaya melakukan pembelian kembali dan juga dapat mengoptimalkan meningkatkan target perusahaan. Diharapkan dengan adanya penelitian yang saya buat ini dapat memberikan pengetahuan baru bagi pembaca.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler et. Al. "Manajemen pemasaran jilid 1", edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- [2] J.E.Panjaitan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung", DEREMA Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016.
- [3] Kotler et.al, "Marketing Management", 14th ed, Prentice Hall International Press, New Jersey, 2012.
- [4] Yanti et.al, "Sistem Informasi Penjualan Barang dengan Metode Regresi Linear Berganda dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan", JURSIKTEKNI (Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi) Vol 2, No. 2, Mei 2020: Hal 39 -51.
- [5] F.A.Badjamil, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bussines Center Sophie Paris di Kota

- Parigi”, e-Jurnal Katalogis, Volume I Nomor 1, Januari 2013 hlm 227-241.
- [6] K.Y.Kambey dan J. L. Sepang, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (PT. Hasjrat Abadi Yamaha Samratulangi Manado)”, Jurnal EMBA, Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 1948 – 1957.