

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA CV WASIS KOTA BANJARBARU**Chintia Meike, Sudirwo**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia

Email: *chintiameike@gmail.com, sudirwo@gmail.com*

Abstract: The purpose of this study was to analyze the quality of service at CV Wasis Banjarbaru City. The method uses qualitative descriptive, where what is obtained becomes a description of the process carried out by CV Wasis doing business in the borehole business. The problems that exist in the company include delays in the repair process and the lack of quality service provided by employees. Data analysis techniques used interviews with employee informants CV Wasis Banjarbaru City as many as 9 people.

The results showed that the quality of service at CV Wasis Banjarbaru City was not as expected, including employees who were not reliable in serving, less responsive, politeness was still lacking and the physical office was very untidy, not maintained and many facilities were outdated. So, what should be done to improve the quality of service can be training on how to properly serve customers, improve employee responsiveness and courtesy, and immediately replace and repair the physical office and facilities.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, bore wells*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan di CV Wasis Kota Banjarbaru. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan hasil berupa gambaran proses yang dilakukan oleh pengusaha sumur CV Wasis. Permasalahan yang ada di perusahaan antara lain keterlambatan proses perbaikan dan kurangnya pelayanan dari karyawan. Teknik analisis data menggunakan wawancara dengan jumlah informan 9 staf CV Wasis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada CV Wasis di Kota Banjarbaru tidak sesuai dengan harapan antara lain staf yang kurang handal dalam pelayanannya, tidak tanggap, kurang sopan dan fisik kantor sangat berantakan, tidak terawat dan banyak fasilitas yang sudah usang. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan perlu diadakan pelatihan bagaimana melayani pelanggan dengan baik, meningkatkan daya tanggap dan kesopanan pegawai, serta segera melakukan penggantian dan perbaikan fisik kantor dan fasilitas.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, sumur bor*

Latar Belakang

Di era globalisasi, setiap operasional bisnis harus dilengkapi dengan personel yang berkualitas dan layanan yang berkualitas tinggi, karena setiap pelanggan menginginkan kualitas terbaik dalam semua proses yang melibatkan beberapa orang.

Menurut Fandy Tjiptono (2017:121) kepuasan pelanggan adalah penilaian konsumen yang membandingkan harapan pembelian dan kinerja pasca pembelian yang dirasakan. Quality of Service (QoS) atau Kualitas Pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang

diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan (Lewis dan Booms dalam Fandy Tjiptono, 2017:85).

Berdasarkan definisi tersebut, kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan ketepatan sesuai dengan harapan pelanggan.

CV Wasis adalah perusahaan jasa yang berdiri di kota Banjarbaru sejak tahun 1993. Kliennya tidak hanya perorangan, tetapi bekerja sama dengan beberapa perusahaan pertambangan dan perusahaan lain. Jika ingin memesan jasa bor, pelanggan harus menghubungi kantor CV Wasis baik melalui *whatsapp* maupun telepon. Setelah pemesanan dilakukan, pelanggan harus menyiapkan dokumentasi yang diperlukan untuk proposal sumur, terutama bagi perusahaan yang memerlukan persetujuan lokal untuk memproduksi sumur tersebut. Perusahaan ini adalah perusahaan yang berbadan hukum karena CV Wasis juga membantu kliennya untuk mendapatkan izin sumur. Pertama, izin ini harus diperoleh dengan mengunjungi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Provinsi Kalimantan Selatan, setelah mendapat izin, bisa dilakukan pengeboran sumur, jaminan produksi sumur bor tersebut ada 6 (enam) bulan pengeboran.

Jumlah penjualan sumur bos selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1. Perizinan pengeboran sumur cukup rumit, sehingga perusahaan biasanya memilih untuk meminta bantuan CV Wasis mengurus perizinan hingga perizinan selesai.

Namun, beberapa masalah kualitas layanan diamati di CV Wasis di kota Banjarbaru, termasuk staf tidak menanggapi

panggilan masuk atau obrolan *WhatsApp*, menyebabkan pelanggan menunggu respon.

Tidak sabar dengan jawaban dari staf, klien memutuskan untuk langsung mendatangi kantor CV Wasis, namun menurut beberapa sumber kondisi kantor sangat berantakan dan tidak beraturan, fasilitas kantor banyak yang sudah ketinggalan jaman, misal. Fasilitas pendingin (AC) yang tidak dingin, jok mulai kotor dan rusak. Menurut sumber itu, pegawai yang melayani pelanggan terkesan cuek, tidak ramah, tidak mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan dan tidak menyediakan air minum dan makanan ringan dalam pelayanan pelanggan. Oleh karena itu pelanggan mengatakan sangat malas ketika harus ke kantor CV Wasis di kota Banjarbaru, kalau tidak langsung ke kantor melalui *whatsapp by contact*, tapi telepon susah sekali, butuh waktu sekitar 2-3 hari bahkan berminggu-minggu untuk menunggu.

Fenomena di CV Wasis dilihat pada indikator Responsif, dimana karyawan tidak merespon panggilan masuk atau chat *WhatsApp*, sehingga pelanggan harus menunggu respon karyawan. Indikator fisik kantor yang sangat berantakan dan berantakan, banyak ruang kantor yang sudah ketinggalan zaman. Indikator kesopanan yang terkesan cuek dan tidak ramah, tidak memahami apa yang dibutuhkan pelanggan. Indikator kehandalan, dimana diketahui bahwa pegawai masih kurang handal dalam melayani pelanggannya sehingga banyak terjadi keluhan.

Tabel 1. Data Penjualan Sumur Bor CV Wasis Kota Banjarbaru

Tahun	Penjualan	%	Keterangan Jumlah Laba Tiap tahun	Jumlah Pemesanan dalam 1 tahun	Keterangan
2017	1.180.000.000	-	-	20	Sumur Rumah Tangga dan perusahaan
2018	980.000.000	-17	Menurun	17	Sumur Rumah Tangga dan perusahaan
2019	840.000.000	-15	Menurun	14	Sumur Rumah Tangga dan perusahaan
2020	580.000.000	-31	Menurun	10	Sumur Rumah Tangga dan perusahaan
2021	720.000.000	+24	Meningkat	12	Sumur Rumah Tangga dan perusahaan

Sumber : CV Wasis, 2022

Studi Literatur

Manajemen pemasaran

Kata “manajemen” sering diartikan sebagai proses rangkaian kegiatan harapan pelanggan..

Kualitas layanan adalah tindakan dan keterampilan karyawan perusahaan yang berkomitmen penuh untuk menyediakan konsumen, kolega, dan manajer perusahaan dengan layanan terbaik dan berkualitas tinggi.

Definisi kualitas pelayanan atau kualitas pelayanan mencerminkan penilaian persepsi konsumen tentang pelayanan yang diterima pada saat tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan pentingnya dimensi pelayanan (Parasuraman, 2016:23).

Selain itu, menurut Tjiptono (2018:59) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Penjualan

Parasuraman (2016:23) menyatakan bahwa penjualan adalah suatu pekerjaan ekstensif untuk menyusun rencana strategis yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mencapai penjualan yang menguntungkan. Jualan adalah urat nadi dari sebuah bisnis

perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Priansa (2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran adalah usaha manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Pada saat yang sama, Stanton (2017) mengatakan berbicara tentang cara yang digunakan perusahaan dalam pemasaran.

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (2016:23) Quality of Service atau Kualitas Layanan menitikberatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaiannya tepat waktu untuk mengimbangi

karena jualan dapat menghasilkan keuntungan dan berusaha menarik konsumen berusaha mencari tahu daya tariknya untuk mengetahui hasil dari produk yang dibuat. Penjualan adalah pengalihan hak atas barang. Menurut pernyataan ini, memindahkan atau merelokasi barang dan jasa membutuhkan orang-orang yang terlibat dalam penjualan, seperti wiraniaga, agen, perwakilan layanan, dan perwakilan pemasaran.

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A. Rusli (2019) dalam buku Manajemen Pemasaran, konsep penjualan adalah proses sosial manajemen dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan produk yang bernilai, menawarkan dan menukar. dengan pihak lain.

Penjualan adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Jadi, pengertian sistem jual beli adalah suatu badan niaga yang mengalihkan hak atas suatu benda yang bertujuan untuk memuaskan

kebutuhan dan keinginan pembeli demi keuntungan atau keuntungan.

Pengertian Produk

Parasuraman (2016:23) menyebutkan produk adalah barang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kita perlu memastikan bahwa jenis produk yang kita jual sesuai dengan pasar kita. Oleh karena itu, dalam fase pengembangan produk, pemasar harus melakukan riset pasar yang ekstensif atau memiliki akses pasar yang luas dalam kaitannya dengan kerangka waktu produk yang diproduksinya.

Kualitas produk merupakan bagian penting yang harus diperhatikan oleh dunia usaha, terutama bagi masyarakat yang memang ingin mendukung usahanya dalam persaingan yang ketat bahkan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya. Pertama, kualitas produk yang baik harus dipahami agar para pelaku komersial memahami kualitas apa yang dapat dianggap baik, bagaimana kualitas tersebut dicapai dan apa yang harus dilakukan untuk mempertahankan tingkat kualitas tersebut..

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan tentunya memiliki harapan yang berbeda, mereka memiliki kebutuhan yang berbeda sesuai dengan tingkat pendidikan, kelas sosial dan pergaulan.. Lupiyoadi dan Hamdani (2017), mendefinisikan pelanggan sebagai orang yang secara terus menerus dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan membeli suatu produk atau mengkonsumsi suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Cambridge International Dictionaries dalam Lupiyoadi (2018), mengatakan bahwa pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu produk atau jasa.

Di sisi lain, Webster's 1928 dalam Lupiyoadi (2013), pelanggan adalah seseorang yang berulang kali datang ke tempat yang sama untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Berdasarkan definisi

tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah perorangan atau badan hukum yang secara teratur membeli atau menggunakan produk atau layanan. Namun, jika Anda melakukan pembelian satu kali, nama pembeli tidak akan menjadi Pelanggan. Pada saat yang sama, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka (Kotler, 2018) Kepuasan pelanggan merupakan hal yang mutlak bagi perusahaan. Pelanggan yang puas tetap loyal kepada perusahaan. Sebaliknya, ketika pelanggan kecewa dengan kualitas produk atau jasa, mereka merasa kecewa. Pelanggan yang kecewa memiliki kemungkinan yang sangat rendah untuk kembali, bahkan relatif tidak mungkin. Di zaman yang sudah maju saat ini dimana semua informasi tersedia untuk semua orang melalui internet, segala sesuatu tentang perusahaan akan dapat dilihat oleh publik dengan sangat mudah. Banyak perusahaan memahami bahwa retensi pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya setia untuk waktu yang lama. Ketika pelanggan mengukur kepuasan mereka melalui kinerja, perusahaan menyadari bahwa pelanggan mendefinisikan kinerja yang baik dengan cara yang berbeda. Pengiriman yang baik dapat berarti pengiriman lebih awal, pengiriman tepat waktu, kelengkapan pesanan, dll. (Kotler, 2010).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2018:86) kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai suatu variabel bebas, baik satu variabel atau lebih, tanpa perbandingan atau kombinasi dengan variabel lain. Sedangkan menurut Narbuko (2015:44) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan solusi masalah saat ini

berdasarkan data dengan menyajikan, menganalisis, dan menafsirkannya.

Teknik analisis data menggunakan wawancara dengan sampel penelitian tidak kurang dari 9 informan yang terdiri dari 4 orang staf dan 5 orang pelanggan CV Wasis. Ada beberapa kriteria sebagai definisi operasional yang mengikuti penilaian dasar konsumen terhadap kualitas pelayanan, dimana dari 10 indikator masalah tersebut adalah sebagai berikut: (Schiffman dan Kanuk, 2017:670):

1. Keandalan adalah konsistensi kinerja, yang berarti perusahaan memberikan layanan yang tepat pada waktu yang tepat dan perusahaan menepati janjinya.
2. Tanggung jawab adalah kemauan dan kemauan pegawai untuk memberikan pelayanan.
3. Kompetensi berarti memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melayani.
4. Kemudahan penggunaan, termasuk kemudahan kontak.
5. Sopan santun, meliputi rasa hormat, kesopanan dan keramahan karyawan.
6. Komunikasi artinya konsumen mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan bersedia mendengarkan konsumen.
7. Kredibilitas, meliputi keyakinan, kepercayaan dan integritas.
8. Keamanan, yaitu dilindungi dari kerusakan, resiko atau kerugian.
9. Empati, yaitu berusaha memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.
10. Fisik, meliputi tempat, penampilan pegawai dan perlengkapan yang digunakan untuk melayani konsumen.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil analisis dari data yang dikumpulkan dari informan dapat dilihat pada Tabel 2 terkait data keluhan pelanggan CV Wasis Kota Banjarbaru antara tahun 2019 s.d. 2021.

Tabel 2. Data Keluhan Pelanggan

Tahun	Keluhan Pelanggan	Σ
2019	Karyawan tidak cepat tanggap	7
	Fasilitas kurang memadai	2
	Karyawan kurang ramah	4
	Cara melayani pelanggan	5
2020	Karyawan tidak cepat tanggap	8
	Fasilitas kurang memadai	4
	Karyawan kurang ramah	3
	Cara melayani pelanggan	7
2021	Karyawan tidak cepat tanggap	9
	Fasilitas kurang memadai	6
	Karyawan kurang ramah	5
	Cara melayani pelanggan	7

Sumber : CV Wasis, 2022

Kualitas Pelayanan yang dilakukan CV Wasis kepada pelanggan selama ini

Ada beberapa masalah kualitas pelayanan CV Wasis yang muncul sebagai berikut:

1. Keandalan, dimana karyawan diketahui tidak dapat diandalkan saat melayani pelanggannya sehingga banyak keluhan, karyawan diketahui tidak terlatih untuk melayani pelanggan dan membantu pelanggan dengan solusi lengkap, sehingga memakan waktu, apa yang dilakukan karyawan untuk suatu waktu yang lama dan menyia-nyiakan pelanggan waktu
2. Responsif, ketika karyawan tidak merespon panggilan masuk atau chat *WhatsApp*, maka pelanggan harus menunggu respon karyawan, sedangkan perusahaan jasa jenis ini tidak boleh lamban melayani pelanggan, karena perusahaan jasa hanya memberikan pelayanannya saja.
3. Kompetensi, pegawai sudah memiliki keterampilan yang baik berdasarkan wawancara dengan narasumber.
4. Aksesibilitas, keramahan transportasi, dan koneksi transportasi baik.
5. Kesopanan, pegawai terkesan cuek, tidak ramah, tidak mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan, sehingga pelanggan harus terlebih dahulu menjelaskan maksud dan tujuannya secara detail. Karyawan baru sedang mencari solusi, dan sumber mengatakan

bahwa kesabaran tambahan diperlukan untuk menyelesaikan semuanya karena layanannya memakan waktu cukup lama.

6. Komunikasi, karyawan diketahui telah berkomunikasi dengan baik.
7. Kredibilitas, perusahaan sudah memiliki kualitas yang baik, sehingga pelanggan percaya terhadap pekerjaan pemboran sumur.
8. Keamanan, perusahaan selalu menjaga informasi pelanggan dan tidak pernah membagikan informasi pelanggan.
9. Empati, diketahui juga bahwa karyawan sudah memiliki empati yang cukup terhadap pelanggannya.
10. Fisik, saat kantor sangat berantakan dan kondisinya memprihatinkan, banyak ruang kantor yang secara fisik sudah usang. Menurut pengamatan, fasilitas CV Wasis sudah tidak bisa digunakan lagi dan perlu perbaikan.

Kualitas Pelayanan yang dilakukan CV Wasis kepada Konsumen yang seharusnya

Dasar penilaian kualitas pelayanan oleh konsumen didasarkan pada beberapa kriteria, yaitu sebagai berikut: (Schiffman dan Kanuk, 2017:670). Berikut hal-hal yang harus dilakukan oleh CV Wasis Kota Banjarbaru.

1. Mengenai indikator keandalan, staf CV Wasis Banjarbaru harus dilatih, mis. Mengikuti pelatihan tentang cara melayani pelanggan dengan baik, agar staf benar-benar siap melayani pelanggan, dan diharapkan staf mendapat petunjuk atau petunjuk sebelum memberikan pelayanan, sehingga dapat memaksimalkan pelayanannya kepada pelanggan, sehingga tidak ada komplain dan kurang optimal.
2. Dengan alat pendeteksi respon cepat, pegawai harus bisa mengangkat telepon pelanggan maksimal dering ke-3, dan bila menggunakan telepon kantor tidak

lebih dari dering ke-3, bila menggunakan *handphone* tidak akan memakan waktu lebih lama, dari 20 detik, dan saat pelanggan menelepon, dalam keadaan tidak ada karyawan, karyawan harus menelepon kembali pelanggan jika telepon tidak dijawab, dan jika obrolan *WhatsApp* pelanggan dijawab, ini harus dilakukan sesegera mungkin. karena cara kami merespon pelanggan, mencerminkan kinerja kami dan semoga CV Wasis memiliki sumber daya telepon seluler khusus untuk menerima pertanyaan pelanggan.

3. Berdasarkan indikator kompetensi, berdasarkan wawancara dengan narasumber, pegawai sudah memiliki keterampilan atau kompetensi yang baik. Oleh karena itu, untuk menjaga kemampuan karyawan sebaiknya pihak manajemen memberikan pelatihan dan pendidikan untuk melakukan pembaharuan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.
4. Mengenai indikator aksesibilitas, CV Wasis mendapat nilai sangat baik ketika semua layanan di perusahaan seperti telepon, *whatsapp*, dan email tersedia. Namun diketahui bahwa CV Wasis belum memiliki *website* resmi, sehingga sebaiknya pihak perusahaan membuat atau membuat *website* agar pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut.
5. Indikator kesopanan meliputi rasa hormat, kesopanan dan keramahan karyawan. Oleh karena itu, karyawan harus menghormati dan sopan kepada pelanggan sehingga tidak ada keluhan tentang karyawan yang kasar di tempat kerja.
6. Dengan adanya indikator komunikasi berarti konsumen mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan bersedia mendengarkan konsumen. Oleh karena itu, karyawan harus memiliki hak untuk menerima informasi yang benar, tidak

- ada yang disembunyikan atau, misalnya, transparansi.
7. Dengan indikator kredibilitas, kualitas CV Wasis baik, sehingga pelanggan mempercayai pekerjaan yang baik, dan ketika ditemukan karyawan tidak jujur dan melakukan hal-hal yang tidak baik. Jika terdapat kembali hal tersebut, manajemen harus memberikan sanksi sesuai tindakan mereka untuk melindungi nama baik perusahaan.
 8. Dari segi indikator keamanan, CV Wasis selalu menjaga informasi pelanggan, sehingga informasi pelanggan tidak pernah disebarluaskan, dan CV Wasis juga memiliki tempat parkir yang aman, serta selalu terdapat simbol bahaya saat bekerja di lapangan.
 9. Dengan indikator empati, perusahaan berusaha memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, staf CV Wasis harus dapat memahami kebutuhan pelanggan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.
 10. Terkait indikator fisik, CV Wasis harus segera mengganti atau memperbaiki sarana dan prasarana yang kurang memadai, mis. kursi pelanggan yang sudah tidak terpakai karena sofa robek, CV Wasis harus segera menggantinya untuk menjaga fisik kantor. Dan CV Wasis juga perlu melakukan perawatan rutin pada peralatan seperti AC dan *printer* yang perlu diservis rutin setiap 3 bulan sekali dan mesin bor perlu perawatan sebulan sekali agar mesin selalu bekerja dengan baik
- tersebut kemudian hanya dapat menjawab maksimal panggilan ke-3 di telepon pelanggan, tetapi tidak lebih dari panggilan ke-3 saat menggunakan telepon kantor.
3. Kompetensi, riwayat hidup pegawai Wasis sudah memiliki pengetahuan atau kualifikasi yang baik berdasarkan hasil wawancara dengan informan.
 4. Aksesibilitas, CV Wasis sangat baik. karena semua fasilitas ada di CV Wasis seperti telepon, *whatsapp* dan email.
 5. Kesopanan, staf terkesan cuek, tidak ramah, tidak mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan. Oleh karena itu, CV Wasis harus memberikan *briefing* atau prosedur kepada staf agar bersikap hormat dan sopan kepada pelanggan.
 6. Komunikatif, curriculum vitae karyawan Wasis dikenal komunikatif. sehingga karyawan berhak menerima informasi yang benar, tidak ada yang disembunyikan, atau bisa dikatakan transparansi.
 7. Kredibilitas, CV Wasis berkualitas tinggi, sehingga pemboran sumur dipercaya pelanggan.
 8. Keamanan, perusahaan selalu menjaga informasi pelanggan, sehingga tidak pernah menyebarkan informasi pelanggan.
 9. Empathy, diketahui bahwa karyawan CV Wasis sudah memiliki tingkat empati yang baik terhadap pelanggannya. Karyawan CV Wasis dapat memahami kebutuhan pelanggan tanpa harus diberitahu terlebih dahulu.
 10. Fisik, kantor CV Wasis secara fisik sangat berantakan dan berantakan, banyak ruang kantor yang sudah tua. Sehingga fasilitas CV Wasis sudah tidak bisa digunakan lagi dan perlu perbaikan
- Kesimpulan**
1. Keandalan, ketika diketahui bahwa karyawan masih belum dapat diandalkan melayani pelanggan mereka, staf CV Wasis harus dilatih, bagaimana melatih bagaimana melayani pelanggan dengan benar.
 2. Responsif saat karyawan tidak merespon panggilan masuk atau chat WhatsApp. Oleh karena itu, karyawan

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. dan Narbuko. (2015). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Achmad, Z. A. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kinerja Layanan dan Implikasinya pada Kepuasan Pasien. *Kindai*, 18(1). 165-178. <https://doi.org/10.35972/kindai.v18i1.707>
- Alfaribi. (2016). *Human Resource Management an experiential approach*. Singapura: Mc Graw-Hill, Inc.
- Anggraeni, F., Amrulloh, R., & Asy'ari, A. H. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan pada Kelurahan Loktabat Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(3), 381-397. <https://doi.org/10.35972/jieb.v7i3.664>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azahraty, A., & Periyadi, P. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil di Kabupaten Murung Raya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(2). 216 - 226. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i2.215>
- Danang, S. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Dewi, I.R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen Pada Business Centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 212-223. <https://doi.org/10.35972/jieb.v7i2.469>
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H. (2017). *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Dwangga, M., Pristianto, H. & Fajrin, T.K. (2020). Analisis Kualitas Air Sumur Bor Warga Kabupaten Sorong (Studi Kasus Distrik Aimas-Distrik Mariat). *Jurnal Teknik Sipil: Rancang Bangun*, 6(2). 7-15. <http://dx.doi.org/10.33506/rb.v6i2.1140>
- Fahmi, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Puskesmas Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 5(2). 238-245. <https://doi.org/10.35972/jieb.v5i2.274>
- Faurina, A., & Khairunnisa, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Banua PT Bank Kalsel Cabang Pelaihari. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 5(1). 77-87. <https://doi.org/10.35972/jieb.v5i1.259>
- Hamdi. (2022). Analisis Kualitas Layanan guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Otomotif "Yuli Motor" Kabupaten Tapin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(1), 83-93. <https://doi.org/10.35972/jieb.v8i1.692>
- Handayani, M.P. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Publik pada PT Air Minum Giri Menang (Perseroda) Kota Mataram. *Skripsi*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram. <https://repository.ummat.ac.id/4458/1/Cover%20BAB%20I-BAB%20III.pdf>
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin.

- Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227-237.
<https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3). 319-329.
<https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.236>
- Kosasih, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Siswa Sekolah Kristen Kanaan Banjarmasin. *Kindai*, 13(4). 378-387.
[https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/indai/article/view/169](https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/kindai/article/view/169)
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Mallihungan, A. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang di Kabupaten Gowa. *Skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8221-Full_Text.pdf
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardah, S. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Biro Akademik dan Kemahasiswaan Uniska MAB Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(1). 1-13.
<https://doi.org/10.35972/jieb.v4i1.184>
- Melania, M. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Tenaga Administratif Kampus 2 STIE Pancasetia. *Kindai*, 13(1). 22-29.
<https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/indai/article/view/68>
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4). 41-50.
<https://doi.org/10.2307/1251430>
- Puspita, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Samudra Bintang Angkasa Tour and Travel Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 5(1). 143-150.
<https://doi.org/10.35972/jieb.v5i1.265>
- Priansa, D.J. (2017). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung: Alfabeta.
- Rusydi, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, W.J. (2017). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh, Jilid I. Penerjemah: Yohanes Lamanto. Jakarta: Erlangga.
- Solomon, M.W. (2017). *Consumer Behaviour: Buying, Having & Being*. 6th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sudarwati, Sudirwo, Agustino, L., & Agustina, T. (2020). Dukungan Komunikasi, Komitmen, dan Insentif yang Memuaskan untuk Meningkatkan Kinerja. *Sultanist: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2). 85-94.
<https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i2.203>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Global AC Banjarbaru. *Kindai*, 14(3). 255-262.
<https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/indai/article/view/228>
- Syawalli, R.A. & Bahwiyanti, J. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Lembaga Pelatihan Kursus Komputer Untuk

Meningkatkan Kepuasan Siswa Pada Pondok Pesantren Darul Hijrah Putra Cindai Alus Martapura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(1). 99-114. <https://doi.org/10.35972/jieb.v6i1.32>

1

Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset.