

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Taman Hutan Kota Langsa

Trisna Bayu¹, Syardiansah², Suri Amilia³

Program Studi Manajemen, Universitas Samudra, Indonesia

E-mail: trisnabayu6060@gmail.com

Article History:

Received: 17 November 2025

Revised: 20 Januari 2026

Accepted: 22 Januari 2026

Keywords: *kualitas pelayanan, fasilitas, minat berkunjung kembali, kepuasan pengunjung, taman Hutan kota Langsa*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas memengaruhi minat berkunjung kembali mengunjungi Taman Hutan Kota Langsa. Peneliti menggunakan metode numerik dengan 96 partisipan yang dipilih melalui teknik sampling tertentu. Informasi dikumpulkan melalui survei dan dianalisis melalui berbagai uji, termasuk uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji-t, uji-F, dan koefisien determinasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara positif dan signifikan memengaruhi minat berkunjung kembali, baik secara terpisah maupun secara bersamaan. Kualitas pelayanan memiliki dampak yang lebih besar daripada fasilitas, meskipun fasilitas yang memadai dan nyaman juga berkontribusi signifikan dalam menciptakan pengalaman yang baik bagi pengunjung. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya layanan yang baik dan fasilitas yang memadai untuk meningkatkan kebahagiaan dan loyalitas pengunjung. Singkatnya, peningkatan kualitas pelayanan dan pemeliharaan serta peningkatan fasilitas berdasarkan kebutuhan pengunjung merupakan strategi penting untuk mendorong kunjungan kembali dan meningkatkan daya tarik Taman Hutan Kota Langsa sebagai tempat wisata.*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang kaya akan objek wisata yang menarik, dengan setiap provinsi memiliki daya tarik tersendiri. Pesatnya perkembangan pariwisata menguntungkan sektor publik, swasta, dan pemerintah, serta berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Kota Langsa, yang terletak di Provinsi Aceh, memiliki beberapa objek wisata, seperti Taman Hutan Kota Langsa. Taman ini mencakup ruang hijau seluas 48,22 hektar dan menampilkan tema wisata Lambada (alam, pariwisata, dan budaya), yang mencakup kebun binatang, hutan alam, koleksi barang antik, dan berbagai fasilitas lainnya. Jumlah pengunjung suatu lokasi merupakan ukuran penting keberhasilan destinasi tersebut.

Taman Hutan Kota Langsa berperan dalam konservasi, pendidikan, hiburan, dan

pembangunan ekonomi. Kualitas pelayanan dan fasilitas, serta kemungkinan pengunjung kembali, merupakan aspek penting yang memengaruhi kepuasan pengunjung secara keseluruhan. Layanan berkualitas tinggi dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan memotivasi mereka untuk kembali, sementara layanan berkualitas rendah dapat menyebabkan pengunjung memilih lokasi yang berbeda. Penilaian kepuasan pengunjung menjadi sumber daya penting bagi manajemen taman untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada.

Pengalaman pengunjung juga sangat dipengaruhi oleh fasilitas. Pengunjung merasa nyaman, aman, dan bahagia dengan fasilitas yang memadai seperti toilet bersih, banyak tempat parkir, jalur pejalan kaki yang aman, dan area istirahat. Sebaliknya, infrastruktur yang buruk atau rusak dapat menurunkan kepuasan pengunjung, seperti yang terjadi di Taman Hutan Kota Langsa, di mana toilet, mushola, dan jalan setapak tidak terawat. Selain itu, ketika memutuskan untuk kembali atau tidak, pengunjung mempertimbangkan biaya tiket dan ukuran taman.

Elemen utama yang memengaruhi niat wisatawan untuk kembali (Y) adalah kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas wisata (X2), menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurmala, Sullaida, dan Damanhur (2022). Fasilitas wisata yang lengkap dan memadai, seperti tempat parkir, toilet, tempat ibadah, dan area istirahat, memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan untuk kembali. Sementara itu, sebuah studi oleh Rahmanita, Nurbaeti, Ratnaningtyas, dan Amrullah (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki dampak positif dan signifikan secara simultan terhadap rencana kunjungan ulang wisatawan, yang menyoroti pentingnya interaksi kedua faktor ini dalam memengaruhi pilihan pengunjung.

Mengingat uraian di atas, para penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas memengaruhi niat berkunjung di Taman Hutan Kota Langsa. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi bagaimana peningkatan standar layanan dan peningkatan infrastruktur dapat menjadi langkah cerdas untuk mempertahankan loyalitas pengunjung dan meningkatkan daya tarik tempat wisata ini.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik suatu organisasi berupaya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya dengan memberikan layanan yang sesuai dan memuaskan. Tjiptono (2017) menggambarkan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan persyaratan konsumen sekaligus memastikan penyampaian yang tepat waktu dan akurat serta sesuai dengan harapan pelanggan. Chandra (2016) menambahkan bahwa kualitas pelayanan menandakan keselarasan antara layanan yang diterima klien dengan apa yang mereka antisipasi. Lebih lanjut, Permana (2022) menyoroti kualitas pelayanan sebagai taktik yang digunakan perusahaan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap layanan yang ditawarkan. Ramadhan (2021) mencatat bahwa kualitas pelayanan terlihat jelas dalam kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang mereka terima. Engkur (2018) menegaskan bahwa layanan berkualitas tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan, yang menjadi fondasi untuk memelihara loyalitas pelanggan. Menurut Kasmir (2017), faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan meliputi jumlah tenaga kerja, motivasi staf, gaya kepemimpinan, budaya perusahaan, tunjangan karyawan, dan suasana tempat kerja. Elemen lain yang berkontribusi terhadap kualitas pelayanan adalah ketersediaan fasilitas, infrastruktur, teknologi, tata letak gedung dan ruangan, serta kualitas produk. Kotler (2016) mengidentifikasi beberapa indikator kualitas pelayanan: keandalan (kemampuan memberikan layanan yang andal dan tepat),

daya tanggap (semangat untuk membantu pelanggan dengan cepat), jaminan (pengetahuan profesional dan kesopanan staf dalam menjamin kualitas), empati (memberikan perhatian personal kepada klien), dan bukti fisik (daya tarik visual aset fisik, peralatan, dan fasilitas). Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan elemen krusial yang secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dan kemungkinan mereka untuk kembali.

Fasilitas

Fasilitas memainkan peran penting dalam memastikan pengunjung merasa nyaman dan bahagia di tempat wisata. Seperti yang dinyatakan oleh Sulistiyana, Hamid, dan Azizah pada tahun 2015, fasilitas meliputi layanan dan fitur di tempat wisata yang membantu pengunjung memaksimalkan pengalaman mereka. Fasilitas yang lengkap dan menarik dapat menarik pengunjung dan membuat kunjungan mereka lebih menyenangkan, menurut Santoso dan Nadapdap pada tahun 2019. Demikian pula, Tjiptono pada tahun 2020 menunjukkan bahwa fasilitas adalah barang fisik yang perlu ada sebelum layanan apa pun dapat diberikan kepada tamu. Sudono pada tahun 2021 menyebutkan bahwa fasilitas sangat penting untuk mendukung penggunaan suatu produk atau layanan. Cara fasilitas dirancang dan diatur dapat memengaruhi perasaan pengunjung, seperti yang dicatat oleh Tjiptono pada tahun 2020, yang mengidentifikasi lima poin utama: misi dan tujuan organisasi, kebutuhan lahan dan ruang, fleksibilitas dalam desain, daya tarik estetika, dan dampak masyarakat dan lingkungan setempat. Tjiptono (2020) juga menyatakan bahwa faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan untuk fasilitas meliputi perencanaan tata letak (keseimbangan, kenyamanan, dan kesesuaian desain), penataan ruangan (lokasi dan struktur ruang interior), peralatan dan furnitur (fitur kenyamanan dan infrastruktur pendukung), serta fasilitas tambahan seperti kamar mandi, akses internet, dan area makan. Oleh karena itu, memiliki fasilitas yang tertata rapi, lengkap, dan nyaman akan membuat pengunjung lebih puas dan mendorong mereka untuk kembali.

Minat Berkunjung Kembali

Keinginan untuk kembali, yang dikenal sebagai niat berkunjung kembali, mengacu pada kecenderungan seseorang untuk kembali ke suatu lokasi setelah mendapatkan pengalaman positif. Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dan Keller (2021), niat berkunjung kembali menunjukkan kecenderungan konsumen terhadap suatu merek atau lokasi wisata yang dianggap menawarkan nilai positif. Kotler (2018) menunjukkan bahwa keinginan seseorang untuk kembali dapat dipengaruhi oleh dua elemen: kuatnya opini negatif orang lain tentang pilihan konsumen dan kesiapan konsumen untuk mengikuti preferensi orang lain. Amin (2020) menyatakan bahwa kecenderungan seseorang terhadap suatu destinasi wisata menjadi lebih kuat ketika lingkungan sosialnya mendukung pilihan tersebut. Secara umum, faktor-faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali dapat dikategorikan menjadi dua kelompok: faktor internal, yang meliputi stimulus dan motivasi pribadi, dan faktor eksternal, yang mencakup pengaruh sosial dan budaya serta strategi pemasaran yang digunakan oleh penyedia layanan (Kotler). Sebagaimana dinyatakan oleh Sondakh dan Tumbel (2016), indikator niat untuk berkunjung kembali meliputi niat transaksional (kecenderungan untuk membeli atau kembali), niat referensial (kecenderungan untuk merekomendasikan suatu destinasi kepada orang lain), niat preferensial (keinginan untuk menjadikan suatu destinasi sebagai pilihan pertama), dan niat eksploratif (keinginan untuk mengumpulkan lebih banyak informasi tentang suatu destinasi). Oleh karena itu, niat untuk

kembali menunjukkan loyalitas pengunjung dan kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

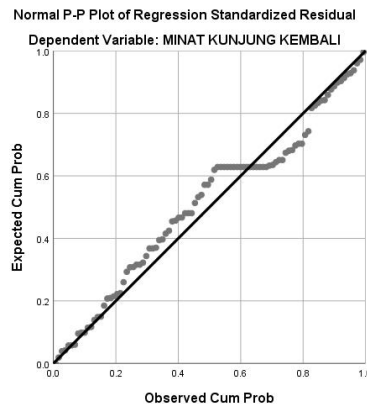
METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini, yang menggunakan pendekatan kuantitatif, adalah untuk mengkaji kualitas fasilitas, layanan, dan kepuasan pengunjung terkait dengan keinginan untuk kembali mengunjungi Taman Hutan Kota Langsa. Dengan jumlah sampel 96 responden yang dipilih secara purposive sampling, data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner menggunakan skala Likert, analisis literatur, dan observasi. Pengaruh faktor-faktor independen terhadap keinginan untuk kembali ditentukan melalui analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis parsial (t), simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2), serta uji validitas dan reliabilitas, dan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

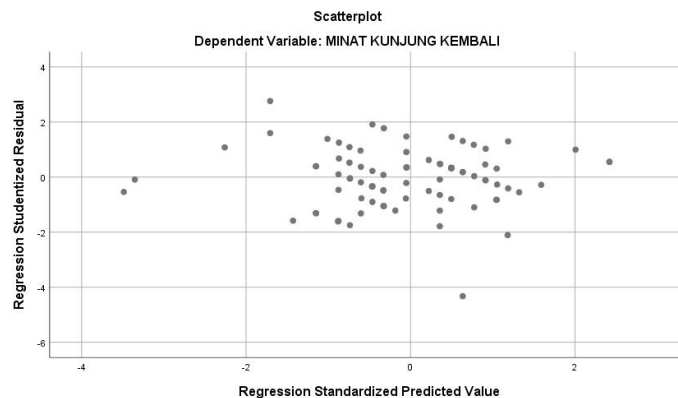
Uji normalitas



Gambar 1. Grafik P-Plot

Berdasarkan plot P-P, titik-titik data tersebar di dekat garis diagonal tanpa perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Uji heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Berdasarkan diagram sebar, titik-titik data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan tidak adanya bukti heteroskedastisitas, dan model regresi layak untuk analisis lebih lanjut.

Uji multikolinieritas

Tabel 1. Hasil uji multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.428	2.336
	Fasilitas	.428	2.336

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Kembali

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada tabel di atas, nilai Toleransi untuk variabel Kualitas pelayanan dan Fasilitas masing-masing adalah 0,428, sedangkan nilai VIF masing-masing adalah 2,336. Tanda-tanda multikolinearitas terlihat jelas ketika nilai Toleransi kurang dari 10. Karena nilai Toleransi untuk kedua variabel melebihi 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen dalam analisis regresi ini.

Analisis regresi linear berganda

Tabel 2. Hasil uji regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.882	1.343		.657	.513
	Kualitas Pelayanan	.516	.104	.537	1.952	.000
	Fasilitas	.263	.122	.234	2.158	.033

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Kembali

Persamaan regresi berikut diturunkan menggunakan sejumlah analisis regresi linier:

$$Y = 0.882 + 0.516X_1 + 0.263X_2$$

Rumus tersebut menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan satu unit faktor Kualitas pelayanan (X_1), akan terjadi peningkatan sebesar 0,516 pada Niat Berkunjung Kembali (Y). Demikian pula, kenaikan satu unit faktor Fasilitas (X_2) menghasilkan peningkatan sebesar 0,263 pada Niat Berkunjung Kembali (Y), dengan syarat faktor-faktor lain tetap tidak berubah. Konstanta 0,882 menunjukkan bahwa ketika Kualitas pelayanan dan Fasilitas sama-sama nol, Niat Berkunjung Kembali memiliki nilai fundamental 0,882. Akibatnya, analisis regresi ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut berpengaruh positif terhadap kemungkinan pengunjung kembali.

Uji t (parsial)

Tabel 3. Hasil uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.882	1.343		.657	.513
	Kualitas Pelayanan	.516	.104	.537	1.952	.000
	Fasilitas	.263	.122	.234	2.158	.033
a. Dependent Variable: Minat Kunjung Kembali						

Berdasarkan hasil uji-t, variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan variabel Fasilitas memiliki nilai signifikansi $0,033 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk kembali sangat dipengaruhi oleh kedua faktor tersebut. Artinya, fasilitas dan kualitas pelayanan keduanya berkontribusi dalam meningkatkan minat berkunjung kembali.

Uji F (simultan)

Tabel 4. Hasil uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.668	2	169.334	52.972	.000 ^b
	Residual	297.291	93	3.197		
	Total	635.958	95			
a. Dependent Variable: Minat Kunjung Kembali						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan						

Dengan nilai F hitung sebesar 52,972 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, temuan uji F menunjukkan bahwa model regresi signifikan secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa Niat Berkunjung Kembali sangat dipengaruhi oleh efek gabungan variabel Kualitas pelayanan dan Fasilitas. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sesuai untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.522	1.78792

Berdasarkan hasil analisis, nilai R Square mencapai 0,533 atau 53,3%, yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan dan Fasilitas dapat menyumbang 53,3% fluktuasi variabel Niat Berkunjung Kembali. Sisanya, sebesar 46,7%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam model regresi ini. Selain itu, nilai R Square yang Disesuaikan sebesar 0,522 menunjukkan bahwa model menunjukkan tingkat kekuatan penjelas yang cukup tinggi setelah memperhitungkan jumlah variabel independen yang diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Kunjung Kembali (Y)

Data uji-t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi 0,516, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap kemungkinan kunjungan kembali. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang ditawarkan di Taman Hutan Kota Langsa, semakin besar kemungkinan pengunjung ingin kembali. Dalam studi mereka di tahun 2021, Rahmanita, Nurbaeti, Ratnaningtyas, dan Amrullah menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap keinginan wisatawan untuk kembali, yang konsisten dengan temuan ini. Pengunjung dapat merasa senang dan terdorong untuk kembali berkat layanan yang andal dan penuh perhatian yang menawarkan rasa aman dan nyaman.

Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Minat Kunjung Kembali (Y)

Koefisien regresi variabel fasilitas, sebesar 0,263, signifikan pada tingkat $0,033 < 0,05$, berdasarkan data uji-t, menunjukkan bahwa fasilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kemungkinan kunjungan kembali. Dengan kata lain, semakin lengkap dan memadai fasilitas yang ditawarkan, seperti tempat parkir, toilet, tempat duduk, dan area istirahat, semakin besar kemungkinan pengunjung untuk kembali. Hasil ini konsisten dengan penelitian Nurmala, Sullaida, dan Damanhur (2022), yang menemukan bahwa ketersediaan fasilitas wisata yang memadai meningkatkan kepuasan dan kemungkinan untuk kembali. Mereka menyatakan bahwa pengunjung memiliki pengalaman yang baik dengan fasilitas yang nyaman dan memadai, yang mendorong loyalitas dan kunjungan berulang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) terhadap Minat Kunjung Kembali (Y)

Nilai F hitung sebesar 52,972 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dalam uji F menunjukkan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemungkinan kembali. Kedua variabel ini menyumbang 53,3% variasi niat berkunjung kembali, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,533, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa, untuk memberikan pengalaman wisata yang positif dan meningkatkan loyalitas pengunjung, pengelola Taman Hutan Kota Langsa harus berfokus pada kedua aspek ini secara bersamaan.

KESIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa standar layanan dan fasilitas sangat penting dalam memengaruhi minat berkunjung kembali mengunjungi Taman Hutan Kota Langsa. Pelayanan yang ramah, penuh perhatian, dan terampil, serta fasilitas yang memadai dan nyaman, akan meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya akan menumbuhkan loyalitas dan mendorong mereka untuk kembali. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola taman terus meningkatkan kualitas pelayanan dan berfokus pada pemeliharaan serta perluasan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Dengan memprioritaskan kedua elemen ini secara konsisten, diharapkan pengalaman pengunjung akan meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat untuk kembali berkunjung dan memperkuat daya tarik Taman Hutan Kota Langsa sebagai objek wisata.

DAFTAR REFERENSI

- Chandra (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kfc Cabang Buah Batu Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2). 1-21
- Engkur (2018). Digitalisasi Pelayanan dan Transformasi Digital terhadap Kualitas Pelayanan Rsud Provinsi Sulawesi Barat. *Jurnal E-Business Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 4(2), 28-38.
- Kasmir (2017). Analisis Penerapan Sistem Informasi Manajemen Penjualan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pt Maan Ghodago Shiddiq Lestari, 1(2) 1-12
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269-278.
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73-78.
- Permana, I. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Toko Era Dunia. *Emas*, 3(7), 73-84.
- Ramadhan (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pengunjung Grab Semarang. *Coverage. Journal Of Strategic Communication*, 10 (1), 46-53.
- Santoso & Nadapdap (2019). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 135-170.
- Sondakh And Altje Tumbel (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Fasilitas Destinasi Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Al Fath Stira Paradise Kampung Serang Kabupaten Pinrang (Doctoral Dissertation, Iain Parepare). 279-287
- Sudono (2021). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Keluarga Pasien Pada Klinik Griya Sehat Kota Metro Pusat (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiara). 89-101
- Sulistiyana., Hamid., Azizah, (2015). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 153-170.
- Tjiptono (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Viva Beauty Center Dengan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) dan Importance Performance Analysis (Ipa). *Juminten*, 1(6), 145-156.
- Tjiptono, Fandy. (2020) *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi. Yogyakarta.