

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PANGKAS OK TANJUNGGUSTA HELVETIA MEDAN

¹Oktavianus Giawa, ²Sri Ramadhani

Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Farmasi dan Ilmu Kesehatan
Universitas Sari Mutiara Indonesia
Jln. Kapten Muslim No.79, Helvetia Tengah, Kota Medan, Sumatera Utara
Email: ramadhanisyarifin@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan usaha *barbershop* di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat dalam industri tersebut. Untuk dapat bersaing dalam industri pelayanan jasa tersebut maka pelaku usaha harus menjaga dan memperoleh keunggulan kompetitif atas persaingnya dengan berikan energi pada pelanggan dan perkuat loyalitas mereka loyalitas dengan menyediakan kualitas layanan pelanggan yang optimal dengan menyediakan kualitas layanan pelanggan yang optimal menunjukkan. Hal ini bahwa kualitas pekerjaan merupakan faktor yang sangat penting yang harus dipertimbangkan oleh para pemilik usaha kecil. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Tempat penelitian dilakukan di Pangkas Ok Tanjunggusta Medan. Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel 40 orang. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjunggusta Medan menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,789 atau 78,9 % menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Penampilan telah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat karena gaya hidup pria saat ini semakin berkembang. Penampilan sekarang tidak hanya menjadi perhatian bagi wanita; pria juga ingin selalu terlihat rapi dan menarik dalam berbagai aktivitas dan acara. Gaya rambut adalah salah satu dari banyak cara pria dapat tampil lebih menarik. Rasa percaya diri seseorang dapat meningkat jika mereka terlihat menarik.

Gaya rambut adalah salah

satu dari banyak aspek penampilan yang diperhatikan oleh pria. Hal ini meningkatkan permintaan akan jasa pangkas rambut, mendorong pertumbuhan bisnis pangkas rambut. Banyak orang mulai memotong rambut secara rutin setiap bulannya. Untuk memenuhi kebutuhan ini, berbagai perusahaan potong rambut mulai muncul, menawarkan layanan mulai dari potong rambut hingga perawatan rambut khusus pria.

Barbershop adalah jenis bisnis yang menawarkan layanan potong rambut khusus pria biasa.

Imam dalam (Priestly, 2021) Barbershop adalah pengembangan dari tradisi lama tukang cukur dan pangkas rambut. Barbershop adalah salah satu jenis usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang jasa. Barbershop adalah evolusi dari model pangkas rambut yang sebelumnya dikenal sebagai tukang cukur atau pangkas rambut. Menurut Putra (2020), barbershop ini biasanya didirikan oleh pebisnis yang tidak memiliki keahlian khusus di bidang tersebut.

Setelah sebelumnya disebut sebagai tukang cukur, Barbershop adalah inovasi baru dalam dunia fashion. Di masa lalu, pangkas rambut dimulai dari tukang cukur keliling hingga yang menetap, mulai dari tempat cukur terbuka di bawah pohon hingga tempat cukur sederhana yang sering disebut potong rambut Madura. Semua model bisnis pangkas rambut ini tampaknya masih ada dan memiliki pelanggan yang tersegmentasi. Usaha ini didorong oleh perubahan zaman, terutama karena pria juga ingin mengubah gaya rambut mereka dengan sentuhan kontemporer. Namun, pria seringkali tidak nyaman berada di tempat perawatan yang sama dengan wanita, jadi barbershop muncul.

Dengan pertumbuhan bisnis barbershop di Indonesia, ada persaingan yang sangat ketat di industri ini. Para bisnis harus mempertahankan persaingan dalam industri jasa ini dengan mempertahankan dan memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaing mereka. Untuk bertahan dalam persaingan yang kompetitif, kepuasan pelanggan adalah tujuan utamanya. Pelanggan yang puas dengan layanan yang mereka terima cenderung menggunakannya lagi atau memberi tahu orang lain

tentangnya (Kurnia & Suwiknyo, 2018).

Dalam industri jasa, pengaruh kepuasan pelanggan sangat penting karena akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Namun, jika kepuasan pelanggan tidak terpenuhi, maka pekerja akan menilai layanan yang diberikan. Ada banyak cara untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, salah satunya dengan meningkatkan kualitas layanan dan memberikan jaminan bahwa layanan akan diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Setiap pengelola bisnis atau jasa memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa konsumen puas sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan.

Tingkat perasaan di mana seseorang mengevaluasi hasil perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan dikenal sebagai kepuasan (Sunyoto, 2019). Penyedia jasa akan melakukan segala cara untuk meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mendapatkan nilai dari kepuasan pelanggan. Kualitas yang baik dan terpercaya akan menanamkan nilai di benak pelanggan, yang didefinisikan sebagai kemampuan suatu jasa memenuhi kebutuhan pelanggan (Wibowo, 2019). Untuk mempertahankan keunggulan yang berkelanjutan, baik untuk menjadi pemimpin pasar maupun untuk terus berkembang, perusahaan harus menerapkan kualitas sebagai ciri dari kinerja atau penampilan produk.

Karena persaingan semakin sengit dan banyaknya pesaing, bisnis harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih baik daripada pesaing lainnya.

Kemampuan bisnis pangkas rambut pria untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan layanan terbaik adalah salah satu dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha pangkas rambut pria. Kualitas pelayanan terdiri dari memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan layanan dengan cepat dan tepat untuk memenuhi harapan pelanggan.

Tjiptono (2014) menjelaskan kualitas pelayanan sebagai suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Di sisi lain dalam bidang jasa bisa memberikan beberapa pertanyaan terhadap pelanggan yang telah memakai jasa tersebut agar mendapatkan masukan yang lebih baik lagi dalam memperbaiki jasa pangkas tersebut.

Kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik, kesetiaan, daya tanggap, jaminan, dan empati sangat memengaruhi kepuasan pelanggan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Istianto dan Tyra (2012).

Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan mulai beroperasi sejak tahun 2017 di jalan lembaga pemasyarakatan tanjung medan, dengan jumlah karyawan sebanyak tiga orang. Saat ini Pangkas Ok Tanjung Gusta memiliki 3 cabang yang tersebar di kota Medan, yang berkepemilikan oleh Emanuel Emartinus Giawa. Usaha pangkas ini sendiri menawarkan beberapa pelayanan yang dapat menarik

pelanggan berupa *facial*, cuci muka, cat rambut serta cucirambut. Saat usaha jasa pangkas pria ini telah memiliki member tetap yang selalu setia dalam menggunakan jasa yang di tawarkan, di karenakan kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggannya.

Namun di beberapa tahun terakhir banyak di temukan kendala, dimana Pangkas Ok Tanjung Gusta tidak lagi menjadi prioritas para pengguna jasa. Sehingga peneliti melakukan survei singkat terhadap pengguna jasa, rata-rata memiliki pendapat bahwa masih ada kekurangan dalam kualitas jasa yang di berikan oleh Pangkas Ok Tanjung Gusta baik itu dari segi model rambut yang terlalu monoton maupun jasa pelayanan lainnya.

Pada awal bulan April sampai dengan akhir bulan Juni 2022, berdasarkan data-data yang didapatkan, ternyata Pangkas Ok Tanjunggusta Medan, mengalami penurunan pengunjung dan pendapatan. Dari hasil survei diPangkas Ok, penurunan terjadi karena kualitas pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pengunjung. Menurut data yang diperoleh, pendapatan Pangkas Ok pada bulan April adalah Rp 9.615.000., bulan Mei sekitar Rp 7.728.000., dan pada bulan Juni Rp 6.289.000. Dari data di atas, Pangkas Ok Tanjunggusta Medan, mengalami penurunan pendapatan yang sangat darktis.

Beberapa pendapat dari pengunjung yang diwawancarai peneliti adalah: *“Menurut saya pelayanannya sebenarnya sudah cukup baik. Hanya saja, kurang pekerja. Jadi antrian panjang dan membuat bosan, jadi terkadang saya pergi ke tempat lain untuk berpangkas.”* (Pengunjung 1, 2022)

“Pelayanan di Pangkas Ok baik, hanya saja terkadang para pekerja, menggunakan bahasa daerah mereka(Nias), jadi saya yang tidak mengerti bahasanya merasa terganggu. Apakah mereka mengejek saya atau tidak.” (Pengunjung 2, 2022)

Dari uraian di atas, maka dari itu, penulis sangat tertarik mengetahui alasan menurunnya jumlah pelanggan dan juga melakukan penelitian di Pangkas Ok Tanjunggusta Medan ini. Dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pangkas Oke Tanjunggusta”.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019), jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif karena data yang dikumpulkan adalah angka-angka dan metode statistik digunakan untuk menganalisisnya. sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menguji hipotesis. Karena penelitian kuantitatif bergantung pada pengukuran, peneliti kuantitatif menggunakan alat penelitian selama proses pengumpulan data. Metode penelitian ini digunakan untuk menentukan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjung

Gusta Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi

Uji asumsi digunakan untuk memastikan bahwa asumsi normalitas dan linearitas, yang merupakan asumsi dasar regresi, dipenuhi dengan data penelitian.

1.1 Uji Normalitas

1.1.2 Uji Normalitas Kualitas Pelayanan

Untuk melakukan uji asumsi normalitas, statistik Kolmogorov-Smirnov digunakan. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi 0,051, lebih tinggi dari 0,05. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa data penelitian tentang kualitas pelayanan berdistribusi normal.

1.1.2. Uji Normalitas Kepuasan Pelanggan

Untuk melakukan uji asumsi normalitas, statistik Kolmogorov-Smirnov digunakan. Hasil uji asumsi normalitas yang ditunjukkan pada tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,083 < 0,05$, sehingga data penelitian ke pelayanan berdistribusi normal.

Tabel 1.2 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
		40	40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	122.23	139.07
	Std. Deviation	22.638	24.983
Most Extreme Differences	Absolute	.139	.131
	Positive	.087	.086
	Negative	-.139	-.131
Test Statistic		.139	.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^c	.083 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai F sebesar 254,403 dengan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan.

Tabel 2.1 Hasil Uji Linearitas Anova Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan	Between Groups(Combined) 23663.275	30	788.776	10.447	.000
Pelanggan *	Linearity 19207.428	1	19207.428	254.403	.000
Kualitas Pelayanan	Deviation 4455.847	29	153.650	2.035	.132
	F				
	L				
	Within Groups	9	75.500		
	Total	39			

3. Hasil Analisis Regresi Linear.

Tabel berikut menunjukkan hasil: Nilai korelasi (R) adalah 0,888, yang menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan 88,8 persen. Selain itu, nilai persegi panjang (R²) adalah 0,789, yang menunjukkan bahwa 78,9 persen variasi dalam kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Faktor lain mempengaruhi 21,1 %.

Tabel 3.1 Hasil Uji Regresi Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the
1	.888 a	.789	.783	11.62 5

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Untuk menguji Hipotesis apakah diterima atau ditolak maka digunakan statistik F (Uji F, Berdasarkan *output* di bawah ini terlihat pada tabel :

Table 3.2 Anova Table Uji Regresi ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19207.428	1	19207.428	142.12 9	.000 ^b
	Residual	5135.347	38	135.141		
	Total	24342.775	39			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
- b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Ketahuilah bahwa nilai signifikansi adalah 0,000, kurang dari 0,05, berdasarkan tabel output SPSS. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji F. Artinya, kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Menurut persamaan regresi linear sederhana di atas, nilai konstanta 19,257 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjunggusta Medan adalah sebesar 134,899 jika variabel kualitas pelayanan dianggap nol. Menurut nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,980, peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,980 (Y).

4. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dijelaskan di bagian ini berdasarkan nilai rata-rata hipotetiknya. Data penelitian akan dikelompokkan menurut kategori tinggi, sedang, dan rendah. Kriteria untuk setiap kategori adalah sebagai berikut:

- a. Tinggi: $\geq \text{mean} + 1 \text{ (SD)}$
- b. Sedang: $\text{mean} - 1 \text{ (SD)} < X < \text{mean} + 1 \text{ (SD)}$
- c. Rendah: $\leq \text{mean} - 1 \text{ (SD)}$

4.1 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Peneliti membagi kategorisasi kualitas pelayanan menjadi tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah. Kategori ini digunakan untuk menentukan distribusi frekuensi kualitas pelayanan. Ada 43 item valid dalam kuesioner, yang menggunakan skala Likert dengan skor penilaian 1-4. Oleh karena itu, skor minimum (X_{\min}) = 43, skor maksimum (X_{\max}) = 172, nilai rata-rata (R_t) = 107,5, dan standar deviasi (SD) = 36. Kriteria berikut dapat digunakan untuk mengatur kategori:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Variabel	Rentang Nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Persentasi (%)
Kualitas Pelayanan	$X < 71,5$	Rendah	-	-
	$71,5 < X < 143,5$	Sedang	34	85%
	$X > 143,5$	Tinggi	6	15%
Jumlah			40	100%

4.3 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelayanan

Peneliti membagi kategorisasi kepuasan pelayanan menjadi tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah. Kategori ini digunakan untuk menentukan distribusi frekuensi kepuasan pelayanan. Dengan 49 item valid dan skor penilaian 1-4 pada skala Likert, diperoleh skor minimum (X_{\min}) = 49, skor maksimum (X_{\max}) = 196, nilai rata-rata (M) = 122,5, dan standar deviasi (SD) = 41. Kriteria berikut dapat digunakan untuk mengatur kategori:

Tabel 4.3.1 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Variabel	Rentang Nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Persentasi (%)
Kepuasan Pelanggan	$X < 81,5$	Rendah	-	-
	$81,5 < X < 163,5$	Sedang	35	87,5%
	$X > 163,5$	Tinggi	5	12,5%
Jumlah			40	100%

5. Pembahasan

Dalam penelitian yang dilakukan dari awal April hingga akhir Juni 2022 di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan, analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana menemukan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan. Hasil menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,888. Koefisien determinasi, yang merupakan hasil dari kuadrat R , memperoleh nilai R^2 sebesar 0,789. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan memengaruhi 78,9 persen dari variasi kepuasan pelanggan, dan variabel lain memengaruhi sisa.

Hal ini didukung oleh teori Lily dan Yurike (2015), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang dapat diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Dengan kata lain, perusahaan atau lembaga tertentu dikatakan memiliki kualitas pelayanan apabila mereka mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai keinginan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan memengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa pengaruh tersebut termasuk dalam kategori korelasi yang kuat atau tinggi, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,789, atau 78,9%. Di sisi lain, faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini mempengaruhi 21,1% dari variasi kepuasan pelanggan. Kesimpulan analisis, dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, mendukung kesimpulan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Kualitas layanan di Pangkas Ok Tanjung Gusta Medan mempengaruhi kepuasan pelanggan; jika layanan bagus, maka pelanggan akan lebih puas, dan jika layanan buruk, maka pelanggan akan lebih tidak puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. (2020). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armaniah, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang*. Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 2.
- Dwi Bagus, H dan Oktaviani. (2021). *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Di PT. Grand Shafa Nauli*. Jurnal

- FPSi, Vol. 2 No. 1, (2721-8155).
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press.
- Irawan dan Setiyabudi, D. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. (G. Media, Ed). Yogyakarta.
- Istianto, dan Tyra. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, 1(3): (275-293).
- Kesuma, I. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar*. Yogyakarta. CV. Budi Utama.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kurnia, M & Suwiknyo. (2018). *Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah BPR Meru Sankara*, Jurnal Balance Vol. XV No. 1.
- Ma'ruf, H. (2014). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Ni Made Arie Sulistyawati. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, (2318-2332).
- Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pelanggan Goodboy Barbershop Ponorogo). Journal Administrasi Bisnis, 9(4): 276-283.
- Putra, K. & Sukarsa, I. M. (2020). *Geographic Information System for Booking Beauty Salon and Barber Shop with an Android-Based ECRM Approach*. Scientific Journal of Informatics, 7(1), 52-65.
- Subrayata, S. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. ALFABETA.
- Sunyoto. (2019). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CAPS (Center of Academic Publishing Services).
- Tjiptono, Fandy (2014). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.
- Wibowo. (2019). *Manajemen Kinerja*. Edited by Kelima. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persa