

## **People, Process, dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen Tea Break di Kota Pasuruan**

Hanina Lillah; haninalillah20@gmail.com  
Universitas Merdeka Pasuruan

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh people, process, dan physical evidence terhadap kepuasan konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Metode penelitian bersifat deskriptif kuantitatif dengan populasi yaitu seluruh konsumen Tea Break di Kota Pasuruan dan pengambilan sampelnya menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 90 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa People, Process, dan Physical Evidence secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $F_{hitung} 28,663 > F_{tabel} 2,7094$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . People secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 2,103 > t_{tabel} 1,988$  dan signifikansi  $0,038 < 0,05$ . Process secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 2,282 > t_{tabel} 1,988$  dan signifikansi  $0,025 < 0,05$ . Physical Evidence secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $t_{hitung} 2,552 > t_{tabel} 1,988$  dan signifikansi  $0,012 < 0,05$ .*

**Kata kunci:** *people, process, physical evidence, kepuasan konsumen*

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of people, process, and physical evidence on Tea Break consumer satisfaction in Pasuruan City. The research method is descriptive quantitative with a population of all Tea Break consumers in Pasuruan City and the sample is taken using probability sampling with the simple random sampling method so that a total sample of 90 people is obtained. The results showed that People, Process, and Physical Evidence simultaneously had a significant effect on consumer satisfaction with a  $F_{count} 28.663 > F_{table} 2.7094$  and a significance  $0.000 < 0.05$ . People partially have a significant effect on customer satisfaction with a  $t_{count} 2.103 > t_{table} 1.988$  and a significance  $0.038 < 0.05$ . Process partially has a significant effect on customer satisfaction with a  $t_{count} 2.282 > t_{table} 1.988$  and a significance  $0.025 < 0.05$ . Physical Evidence partially has a significant effect on consumer satisfaction with a  $t_{count} 2.552 > t_{table} 1.988$  and a significance  $0.012 < 0.05$ .*

**Keywords:** *people, process, physical evidence, customer satisfaction*

### **PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan industri, semakin berkembang pula inovasi-inovasi akan produk baik itu makanan, minuman, dan lain-lain. Termasuk yang sedang tren saat ini adalah inovasi minuman, dari yang dulunya hanya es teh, es teh susu, minuman serbuk rasa-rasa seperti Pop Ice, hingga sekarang muncul inovasi minuman seperti *matcha*, *red velvet*, *taro*, dan masih banyak lagi, yang dikemas dengan *packaging* yang lebih menarik, bukan lagi dalam kemasan plastik dan sedotan biasa. Dengan adanya inovasi minuman ini, muncul pula brand-brand khusus minuman yang memiliki ciri khas, salah satunya adalah Tea Break.

Tea Break adalah brand minuman yang berdiri mulai tahun 2017 yang mempunyai tujuan untuk memberikan sajian minuman berkualitas yang harganya sangat terjangkau agar seluruh kalangan masyarakat Indonesia bisa menikmatinya. Saat ini Tea Break terus-menerus berkembang pesat di seluruh kota Indonesia agar seluruh kalangan masyarakat Indonesia dapat merasakan kenikmatan Tea Break.

Tea Break memiliki banyak outlet yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia, salah satunya adalah Kota Pasuruan. Outlet pertama Tea Break di Kota Pasuruan berlokasi di dalam area perbelanjaan Carefour, tetapi kemudian tutup dan membuka kembali outlet yang berlokasi di Jl. Panglima Sudirman No.97, Purworejo, Kec. Purworejo.

Dalam melayani konsumennya, tentu Tea Break harus memperhatikan faktor *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* yang ada agar konsumen mendapatkan kepuasan setelah melakukan pembelian. Tjiptono (2019:47) tiap-tiap orang merupakan *part time marketer* yang perilaku dan tindakan mereka berdampak langsung pada hasil yang pelanggan terima.

Proses adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh pelanggan saat menggunakan jasa. Proses ini mencakup prosedur nyata, tugas, dan beberapa tahapan tindakan yang dilakukan untuk menghasilkan dan menyampaikan jasa atau layanan. (Tjiptono, 2019:155).

Bukti fisik merupakan karakteristik *tangible* yang bisa mempengaruhi persepsi pelanggan dalam keputusan pembelian. Bukti fisik terdiri atas fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan beberapa bentuk komunikasi fisik lainnya. *Servicescape* meliputi eksterior gedung, tempat parkir, ruang tunggu, dan lain-lain, sedangkan komunikasi fisik lainnya meliputi seragam, kartu nama, profil perusahaan, dan lain-lain (Tjiptono, 2019:168)

Tjiptono (2019:377), kepuasan asalnya dari bahasa Latin "*Satis*" yang artinya cukup baik atau memadai, "*Facio*" yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa didefinisikan secara sederhana sebagai usaha untuk mencapai sesuatu atau menjadi cukup.

Di outlet Tea Break, karyawan yang menjaga biasanya hanya satu atau dua orang, tetapi lebih seringnya hanya satu orang sebagai kasir sekaligus barista. Maka dari itu, jika sedang ramai, prosesnya dapat menjadi lebih lama.

Di outlet Tea Break juga tidak menyediakan tempat untuk *dine in*, sehingga untuk pembeliannya harus *takeaway*. Selain itu, tempat duduk yang disediakan untuk menunggu pesanan juga terbatas, hanya dua kursi. Dengan demikian, jika outlet dalam kondisi ramai, maka pembeli yang lain harus menunggu sambil berdiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* terhadap kepuasan konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Dari permasalahan inilah dilakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen Tea Break di Kota Pasuruan".

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian bersifat deskriptif kuantitatif, merupakan penelitian yang dilakukan untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan mendapatkan informasi lebih luas tentang suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 orang yang pengambilan sampelnya menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut (Priadana & Sunarsi, 2021):

#### a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.

#### b. Wawancara (interview),

Wawancara merupakan tanya jawab tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui

tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna topik tertentu. Wawancara lapangan adalah produksi bersama peneliti dan anggota.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah informasi yang diperoleh dengan jalan membaca dan mencatat secara sistematis fenomena yang dibaca dari sumber tertentu. Dalam hal ini penulis mempelajari literatur yang menyangkut masalah yang berkaitan dengan penelitian.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesalahan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. (Paramita et al., 2021:73).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda, jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang berlainan (Paramita et al., 2021:73).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016:150). Untuk mengetahui model regresi yang baik yaitu apabila variabel yang diteliti mempunyai distribusi normal atau mendekati normal dengan dua cara yaitu analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorof-Smirnov*. Suatu data dikatakan normal jika mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan korelasi kuat antar variabel bebas (*independen*). Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinearitas menyebabkan model regresi memiliki varian yang besar, sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi (Ghozali, 2016:106).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain yang bersifat tetap. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. (Ghozali, 2016:142).

d. Uji Linearitas

Ghozali (2016) tujuan uji linearitas adalah untuk menentukan apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak signifikan. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel prediktor (X) dengan variabel kriterium (Y). Uji linearitas ini merupakan syarat sebelum dilakukannya uji regresi linear sederhana. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linear. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak linear.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui atau mengukur hubungan antara *people* ( $X_1$ ), *process* ( $X_2$ ) dan *physical evidence* ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sehingga persamaan umum regresi linear berganda dalam penelitian ini berdasarkan Sugiyono (2017:275) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = koefisien regresi dari masing-masing variabel

$X_1$  = *people*

$X_2$  = *process*

$X_3$  = *physical evidence*

e = faktor eror

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Simultan (Uji F)

Ghozali (2016:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

### b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Ghozali, 2016:98). Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai  $t_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika signifikansi  $t_{hitung}$  lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

## 6. Analisis Koefisien Determinan (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Dalam penelitian ini menggunakan *adjusted R<sup>2</sup>* untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y. Namun, terdapat kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yakni adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka  $R^2$  pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila jumlah variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2016:87).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Semua item pernyataan dari variabel *People* ( $X_1$ ), *Process* ( $X_2$ ), *Physical Evidence* ( $X_3$ ), dan Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid dengan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,2084).

### Uji Reliabilitas

Setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga variabel *People* ( $X_1$ ), *Process* ( $X_2$ ), *Physical Evidence* ( $X_3$ ), dan Kepuasan Konsumen (Y) dikatakan reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

Sig. (2-tailed)	$\alpha$
0,200	0,05

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

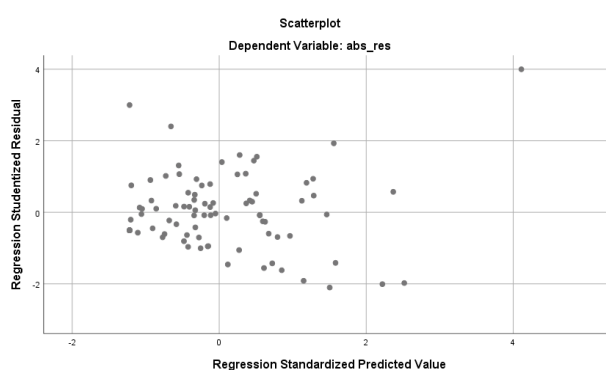
Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
<i>People</i>	0,385	2,597
<i>Process</i>	0,457	2,191
<i>Physical Evidence</i>	0,478	2,090

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa antar variabel tidak terjadi multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 1. Grafik Scatterplot**



Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan *scatterplot* hasil uji heteroskedastisitas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur. Hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## Uji Linearitas

**Tabel 3. Hasil Uji Linearitas**

Hubungan Antar Variabel	Sig.
<i>People</i> (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y)	0,314
<i>Process</i> (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y)	0,147
<i>Physical Evidence</i> (X3) dengan Kepuasan Konsumen (Y)	0,208

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Dari hasil uji linearitas dapat disimpulkan bahwa variabel *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* memiliki hubungan yang linear dengan variabel Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ .

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Koefisien	t	Sig.
(Constant)	9,032	4,559	0,000
<i>People</i>	0,142	2,103	0,038
<i>Process</i>	0,272	2,282	0,025
<i>Physical Evidence</i>	0,141	2,552	0,012

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda maka diperoleh persamaan regresi linear berganda berikut:

$$Y = 9,032 + 0,142X_1 + 0,272X_2 + 0,141X_3 + e$$

Dari persamaan di atas maka diperoleh hasil:

- Konstanta bernilai positif sebesar 9,032 artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Sehingga dapat disimpulkan jika semua variabel bebas (*People*, *Process*, dan *Physical Evidence*) bernilai nol persen atau tidak mengalami perubahan maka nilai variabel terikat (Kepuasan Konsumen) sebesar 9,032.
- Variabel *People* ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,142, artinya *People* ( $X_1$ ) berpengaruh positif atau searah terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika *People* ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,142 atau 14,2% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- Variabel *Process* ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,272, artinya *Process* ( $X_2$ ) berpengaruh positif atau searah terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika *Process* ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,272 atau 27,2% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- Variabel *Physical Evidence* ( $X_3$ ) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,141, artinya *Physical Evidence* ( $X_3$ ) berpengaruh positif atau searah terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika *Physical Evidence* ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,141 atau 14,1% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	397,175	3	132,392	28,663	.000 <sup>b</sup>
Residual	397,225	86	4,619		
Total	794,400	89			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					
b. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Process, People					

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 26,030. Dengan taraf kesalahan sebesar 5%,  $k = 3$ ,  $n = 90$ , maka nilai  $F_{tabel} = 2,7094$  ( $k; n-k = 3; 87$ ). Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 26,030 > F_{tabel} 2,7094$  artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *People* ( $X_1$ ), *Process* ( $X_2$ ), dan *Physical Evidence* ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

### Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Model	Koefisien	t	Sig.
(Constant)	9,032	4,559	0,000
People	0,142	2,103	0,038
Process	0,272	2,282	0,025
Physical Evidence	0,141	2,552	0,012

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) dapat diketahui variabel *People* memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,103  $> t_{tabel}$  1,988 dan variabel signifikansi 0,038  $< 0,05$ . Artinya variabel *People* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Pada variabel *Process* memiliki nilai  $t_{hitung} 2,282 > t_{tabel} 1,988$  dan variabel signifikansi  $0,025 < 0,05$ . Artinya variabel *Process* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Pada variabel *Physical Evidence* memiliki nilai  $t_{hitung} 2,552 > t_{tabel} 1,988$  dan variabel signifikansi  $0,012 < 0,05$ . Artinya variabel *Physical Evidence* ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

### Analisis Koefisien Determinan (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinan (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 <sup>a</sup>	0,500	0,483	2,14916

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada hasil analisis koefisien determinan (*adjusted R<sup>2</sup>*) diketahui nilai *adjusted R Square* sebesar 0,483 atau 48,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel *People* ( $X_1$ ), *Process* ( $X_2$ ), dan *Physical Evidence* ( $X_3$ ) memberikan kontribusi atau mampu menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) sebesar 48,3%, sedangkan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel *people*, *process*, dan *physical evidence* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Artinya ketika *people*, *process*, dan *physical evidence* meningkat, maka kepuasan konsumen juga meningkat.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel *people* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Artinya ketika *people* meningkat, maka kepuasan konsumen juga meningkat.
3. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel *process* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Artinya ketika *process* meningkat, maka kepuasan konsumen juga meningkat.
4. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tea Break di Kota Pasuruan. Artinya ketika *physical evidence* meningkat, maka kepuasan konsumen juga meningkat.

### REFERENSI

- Aisyah, S., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2022). Pengaruh *People*, *Proses* Dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon. *BASWARA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 123–129.
- Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2022). Hubungan kualitas pelayanan, *physical evidence* dan keputusan berkunjung: efek mediasi minat. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(3), 253-266.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23* Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Mangiring, H., Simarmata, P., Permadi, L. A., Novela, V., & Menulis, Y. K. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa (R. Watrionthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddin, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72-83.
- Junaris, I., & Haryanti, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Lauren, K.W. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Mardiansyah, M., & Dewi, R. (2021). Pengaruh Proses, People, Physical Evidence Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Di Universitas Baturaja. *Jurnal Ilmiah Ekonomika*, 14(1), 1–139.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021 ). *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli) Edisi Revisi*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Permatasari, A. O. (2019). Pengaruh Marketing Mix (7P0 Terhadap Pengambilan Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Berbasis Tahfidz AlQur'an (Studi Pada SMP Al-Qur'an AnNawawiy Mojokerto)
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96-113.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston.