

Pengaruh Suasana Toko/Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau

The Influence of Shop/Store Atmosphere and Service Quality on Customer Satisfaction of Green Chili Penyet Chicken

Oriza Silva Wijaya*, M. Yamin Siregar, & Wan Rizca Amelia

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan". Jenis penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan.. Sebanyak 3000 pelanggan dan dengan menggunakan teknik rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 0,1, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden diambil dari sebagian pelanggan. Berdasarkan hasil uji t dan uji F maka diperoleh suasana toko dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai R Square sebesar 0,485 sehingga angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 48,5% kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh faktor suasana toko (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The research aims to find out "the influence of shop atmosphere and quality of service toward customer satisfaction Resto Chicken Penyet Chili Green Medan". This type of research is associative which is a research that is asking relations between two variables. The population in this study is Resto chicken Penyet chili Green Medan.. A total of 3000 customers and using the Slovin formula with significance level 0.1, the number of samples in this study as many as 96 respondents were taken from some customers. Based on the results of T test and F test, the atmosphere of the shop and the quality of service both partially and simultaneously influence positively and significantly to customer satisfaction variables. It obtained the R Square value of 0.485 so that the figure indicates that a 48.5% customer satisfaction (Y) can be explained by the shop's mood factor (X1) and the quality of Service (X2). The remaining 51.5% is influenced by other factors not described in this study.

Keywords: Store Atmosphere, Service Quality, Customer Satisfaction

How to Cite: Wijaya, O.S. Siregar, M.Y & Amelia, W.R. (2021). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1): 14-21,



PENDAHULUAN

Dalam *food services* kepuasan pelanggan menjadi utama dalam pembelian ulang konsumen, kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut. Kepuasan (*satisfaction*) adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dalam buku Sangidji & Sopiah (2013), bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan mempromosikan produk tersebut secara tidak langsung kepada konsumen lainnya. Berikut ini adalah data keluhan konsumen berdasarkan kotak saran yang diberikan kepada resto.

Penelitian ini dilakukan pada Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan. Salah satu faktor untuk memenuhi kepuasan pelanggan adalah suasana toko, Suasana toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler, 2013). yang dapat mempengaruhi ketika konsumen berada didalam ruangan dan mempengaruhi puas atau tidaknya mereka dalam melakukan pembelian. Selain suasana toko faktor kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Freddy Rangkuti (2009), tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan". Kepuasan (*satisfaction*) adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dalam Sangidji & Sopiah, 2013).

Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang ia dapatkan dengan yang diharapkan dapat menjadi tolak ukur kepuasan wisatawan berkunjung ke suatu destinasi (Syardiansah, et al., 2020; Haryati, et al., 2019). Menurut Tjiptono dalam buku Prasetyo (2009) ada enam konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan konsumen, yaitu : (a) Kepuasan konsumen keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), (b) Dimensi kepuasan konsumen (*Dimension of Satisfaction*); (c) Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*); (d) Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*); (e) Kesediaan merekomendasi (*Willingness to Recommend*); (f) Ketidakpuasan konsumen (*Customer Dissatisfaction*).

Suasana toko merupakan kombinasi karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna *temperature*, *music*, dan aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen (Utami, 2010). Indikator Suasana toko dilihat dari elemen-elemen yang semuanya berpengaruh terhadap suasana toko yang ingin diciptakan. Elemen-elemen suasana toko menurut Berman dan Evans dalam buku Purnama (2011), terdiri dari empat elemen sebagai berikut: (a) Bagian luar toko; (b) Bagian dalam toko; (c) Tata letak toko; (d) Tanda-tanda informasi.

Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama (Mora, Z., et al., 2020; Latief, et al., 2019; Latief, et al., 2018). Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk, 2009). Menurut Kotler (2012) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : "*Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*". (a) Bukti Fisik; (b) Empati; (c) Keandalan; (d) Cepat tanggap; (e) Jaminan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2012), pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain. Penelitian berlokasi di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan. Jl. Sunggal No.270, Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20128. [Telepon: 0812-6565-584](tel:0812-6565-584)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah pernah membeli (*Repeat Order*) dan menikmati Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan yaitu sebanyak 3000 konsumen selama 1 bulan (Agustus-September). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental sampling*. yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang diambil merupakan sampel yang paling mudah diperoleh atau dijumpain.

Berdasarkan hasil perhitungan rumus lovin maka di ketahui jumlah sampel yang akan di teliti sebanyak 96 responden. Pelaksanaan *accidental sampling* dalam penelitian ini di berikan kepada pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan.

Teknik Analisis, melalui Regresi Linear Berganda, untuk menguji pengaruh pengawasan dan kompensasi terhadap disiplin kerja, baik secara parsial maupun secara simultan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Model persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Pengujian Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Uji multikolinieritas yaitu Jika ditemukan adanya multikolinieritas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga (Ghozali, 2011). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisias, yakni *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya bersifat tetap

Uji Hipotesis. Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,1$).

Dimana : $T_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak

$T_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,1$). Kriteria pengujian yaitu :

Dimana : $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (*adjusted R²*) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

TABEL 3.1. Tabel Estimasi Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Suasana Toko (X ₁)	P ₁	0,847	0,361	Valid
	P ₂	0,592	0,361	Valid
	P ₃	0,830	0,361	Valid
	P ₄	0,830	0,361	Valid
	P ₅	0,847	0,361	Valid
	P ₆	0,592	0,361	Valid
	P ₇	0,830	0,361	Valid
	P ₈	0,847	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₂)	P ₉	0,651	0,361	Valid
	P ₁₀	0,737	0,361	Valid
	P ₁₁	0,893	0,361	Valid
	P ₁₂	0,893	0,361	Valid
	P ₁₃	0,751	0,361	Valid
	P ₁₄	0,708	0,361	Valid
	P ₁₅	0,893	0,361	Valid

Kepuasan Pelanggan (Y)	P16	0,756	0,361	Valid
	P17	0,584	0,361	Valid
	P18	0,893	0,361	Valid
	P19	0.844	0,361	Valid
	P20	0.636	0,361	Valid
	P21	0.776	0,361	Valid
	P22	0.949	0,361	Valid
	P23	0.844	0,361	Valid
	P24	0.626	0,361	Valid
	P25	0.820	0,361	Valid
	P26	0.820	0,361	Valid
	P27	0.844	0,361	Valid
	P28	0.626	0,361	Valid
	P29	0.636	0,361	Valid
	P30	0.776	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan SPSS (2020)

Penyebaran kuesioner khusus dalam uji validitas diberikan kepada 30 orang responden diluar dari sampel penelitian. Syarat minimum uji validitas untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r_{tabel} = 0,361$. Jadi, apabila korelasi antara butir pernyataan dengan skor total kurang dari 0,361 maka butir pernyataan dalam instrumen tersebut tidak valid. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

UJI RELIABILITAS

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁,X₂ dan Y

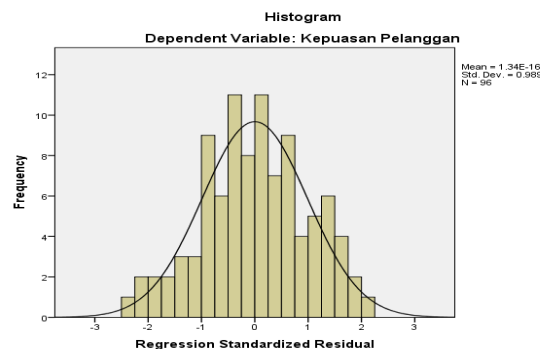
Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Suasana Toko (X ₁)	0,935	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,943	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,950	Reliabel

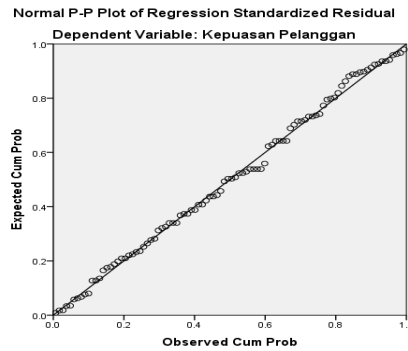
Sumber: Pengolahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel di atas, maka semua variabel di nyatakan reliabel. Berdasarkan hasil semua variabel nilai reliabilitas >0,60 dan semakin mendekati 1, maka instrumen penelitian semakin baik. Nilai reliabilitas instrumen di atas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena sudah mendekati 1 (> 0,60).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas





Gambar 4. Histogram Dan Normality Probability Plot

Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan normal karena garis membentuk lonceng dan ditengah maka berdistribusi normal. dari gambar P-P plot memperlihatkan titik-titik yang menyebar disekitar garis mengikuti garis diagonal. Dengan demikian penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalitas.

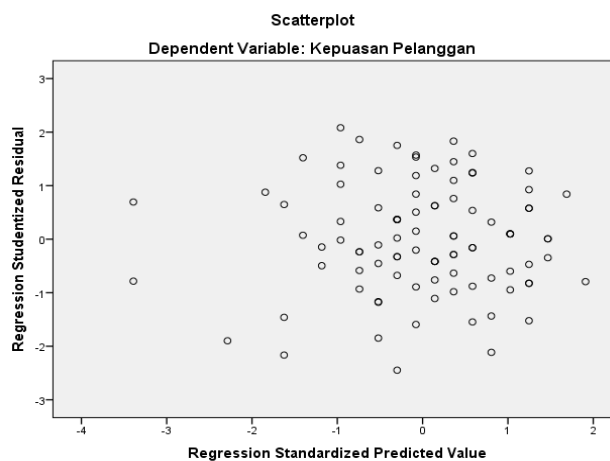
Uji Multikolinearitas

Tabel 3.3. Uji Multikolineritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Suasana Toko	.853	1.172
	Kualitas Pelayanan	.853	1.172

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel independen dibawah nilai 5 dan nilai tolerance dibawah nilai 1 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas sehingga model tersebut *reliable* sebagai dasar analisis.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3.2. Grafik Scatterplot

Gambar di atas grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan tidak adanya pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi berdasarkan masukan variabel independen.

Analisis Liner Berganda

Tabel 4. Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
	(Constant)	3.064	5.106					
1	Suasana Toko	.630	.132	.380	4.766	.000	.853	1.172
	Kualitas Pelayanan	.630	.108	.465	5.841	.000	.853	1.172

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Pengolahan Data SPSS (2020)

Coefficients regresi diperoleh :

$$y = 3.064 + 0.630X_1 + 0.630X_2 + e$$

Konstanta diperoleh nilai 3.064 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel suasana toko(X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai konstan, maka kepuasan pelanggan sebesar 3.064

Koefisien variabel suasana toko (X₁) diperoleh nilai 0.630, hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan variabel suasana toko (X₁) meningkat satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,630 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Koefisien variabel kualitas pelayanan (X₂) menunjukkan nilai positif sebesar 0.630, hal ini menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan (X₂) meningkat satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,630 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Tabel 3.5. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
	(Constant)	3.064	5.106					
1	Suasana Toko	.630	.132	.380	4.766	.000	.853	1.172
	Kualitas Pelayanan	.630	.108	.465	5.841	.000	.853	1.172

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian untuk variabel suasana toko (X1) menunjukkan nilai $t_{hitung} = 4.776 > t_{tabel} 1.985$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ maka hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa suasana toko (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil pengujian untuk variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan nilai $t_{hitung} = 5.841 > t_{tabel} 1.985$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ maka hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, artinya bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3.6. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	772.980	2	386.490	45.797	.000 ^b
	Residual	784.853	93	8.439		
	Total	1557.833	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Suasana Toko

Dapat diketahui Hasil pengujian untuk variabel suasana toko (X1) dan kualitas pelanan (X2) secara simultan menunjukkan nilai $F_{hitung} 45.797 > F_{tabel} 3.09$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa suasana toko (X1) dan kualitas pelanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Koefisien Determinasi

Tabel 3.7. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.485	2.905

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

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square menunjukkan bahwa sebesar 48,5%. Kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel faktor suasana toko (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa suasana toko (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil ini juga didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Risma Melania (2014) yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Amanda Brownies Kukus Bandung”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Suasana Toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Amanda Brownies Kukus Bandung. Dan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Rohma Ningsih (2016) yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Granny’s Nest Café And Resto Bandar Lampung)”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Granny’s Nest Café And Resto Bandar Lampung).

Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil ini juga didukung dan sejalan oleh penelitian yang dilakukan oleh Monica Maria (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake)”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake)”. Dan penelitian yang dilakukan Yunita Eta (2018) yang berjudul “Pengaruh Suasana Cafe (*Atmosphere*) Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Wood Stairs Cafe* Bandar Lampung”. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa pengaruh suasana café (*Atmosphere*) dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”

Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bisa dilihat bahwa Penelitian terdahulu oleh Hadiyanti (2015) Pengaruh *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai 05 Karawang” Terlihat bahwa hasil penelitian menyatakan bahwa *Atmosphere* dan kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hipotesis diterima.

Suasana toko dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi ketika konsumen berada di dalam ruangan dan mempengaruhi puas atau tidaknya mereka dalam melakukan pembelian. *Atmosphere* yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.. Selain itu faktor kualitas pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menerima pelayanan karena pada dasarnya suatu pelayanan berkualitas akan selalu terkait dengan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan standarisasi yang ada di setiap perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis secara parsial variabel suasana toko (X1) dan kualitas pelayanan (X2), menjelaskan bahwa secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Resto Ayam Penyet Cabe Hijau, maka hipotesis 1, 2 dan 3 diterima. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, menunjukkan bahwa sebesar 48,5%. Kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel faktor suasana toko (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
- Berman, B, & Joel, R. E. (2012), "Retail management" Diolah bahasakan oleh Lina Salim. 12 Edition. Jakarta; Pearson
- Berman, J.E. (2011). Retail Management, A Strategy Approach. New Jersey: Prentice Hall
- Christina W.U. (2010). Manajemen Ritel. Jakarta: Selemba Empat
- Ghozali, I. (2011). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gilbert, D. (2009). Majemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Haryati, E., Suharyanto, A. Hasmayni, B. & Siregar, F.H. (2019). [The Effect of Work Environment and Work Stress on Employee Performance at PT Aneka Gas Industri Tbk](#) Research Article in Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences and Interdisciplinary Studies (formerly ICCSSIS), ICCSSIS 2019, 24-25 October 2019, Medan, North Sumatera, Indonesia
- Jogiyanto. (2010). Analisis Dan Desain Sistem Informasi. Edisi IV. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, P. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. (2013). Manajemen Pemasaran Jilid kedua. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). Marketing Management. 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kotler. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Latief, A. Zati, M.R. & Pribadi, K. (2018). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan. JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial, 10 (2): 167-172.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, 11(2), 173-182. doi:<https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.12608>
- Lupioyadi, H. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktik: Jakarta: Salemba Empat
- Majid, A. (2011). Perencanaan Pembelajaran Mengembangkan Standar Kompetensi. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Mora, Z., Suharyanto, A., Yahya, M., (2020). Effect of Work Safety and Work Healthy Towards Employee's Productivity in PT. Sisirau Aceh Tamiang, Budapest International Research and Critics Institute, 3(2): 753-760.
- Prasetyo. (2009). Fundamental Makro Ekonomi. Yogyakarta. Beta Offset.
- Purnama, H. (2011). Media Sosial Di Era Pemasaran. Jakarta: STudi Komunikasi Bisnis Universitas Mercu Buana
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Marketing. Jakarta: PT. Gramedia
- Sabran, B. (2012). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga
- Saleh. (2010). Manajemen Pelayanan. Jakarta: Pustaka Pelajar
- Sangidji, E.M dan Sopiiah. (2013). Perilaku Konsumen. Pendekatan P)raktisDisertai: Hi,mpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Syardiansah, S., Latief, A., Daud, M. N., Windi, W., & Suharyanto, A. (2020). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Culture on Employee Performance of the Royal Hotel in East Aceh District. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 849-857.
- Tjiptono, F. (2011). Service Manaagement Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2 Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, F. (2012). Pemasaran Strategyc. Yogyakarta. PenerbitAndi
- Utami, W. (2013). Manajemen Retail. Jakarta: Selemba 4