



DAMPAK HOSPITALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI JONAS PHOTO

Ageng Saepudin Kanda S

Universitas Teknologi Digital Bandung

Rosa Lianawati

Universitas Teknologi Digital Bandung

Alamat: Kampus 1: Jalan Cibogo indah III - Bodogol Rt.08/03 Kel. Mekarsari Kec. Rancasari Kota Bandung - Jawa Barat 40613 Kampus 2: Jalan Buah Batu No. 26 RT 003 RW 007 Kel.

Burangrang Kec.Lengkong Kota Bandung - Jawa Barat 40262

Email: ¹agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id, ²*rosa10121741@digitechuniversity.ac.id

Abstract

Hospitality is a friendly impression that a person creates that can be felt by other people. Hospitality is usually found in companies that provide goods or services. Hospitality or service quality has an important role in the impact of consumer satisfaction. The purpose of this research is to determine the effect of hospitality on consumer satisfaction. The population in this study were 57 consumers who visited Jonas Photo Cimahi who were taken by filling out questionnaires that had been distributed using a qualitative research approach with exploratory and observational methods. to understand events, actions and processes in life conditions. Informants are the source in this research, key informants are those who have an important role in the problems studied in this research. The research results show that there is a significant impact between service quality or hospitality on consumer satisfaction. However, the impact of maximizing service or hospitality quality is not only consumer satisfaction but also other impacts, namely the establishment of loyalty with consumers and increased company profits.

Keywords: impact, hospitality, service quality, consumer satisfaction, consumer

Abstrak

Hospitality merupakan kesan ramah yang ditimbulkan seseorang yang dapat dirasakan oleh orang lain, hospitality biasa dijumpai perusahaan yang menyediakan dibidang barang atau jasa. hospitality atau kualitas pelayanan memiliki peran penting terhadap dampak dari kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh hospitality terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Jonas Photo Cimahi sebanyak 57 responden yang diambil dengan mengisi kuesioner yang telah disebar menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode eksploratif dan observasi. guna memahami peristiwa, tindakan, dan proses dalam kondisi kehidupan. Informan menjadi sumber dalam penelitian ini, informan kunci ialah mereka yang memiliki peran penting dalam masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan adanya dampak yang signifikan antara kualitas layanan atau hospitality terhadap kepuasan konsumen. Namun dampak dari dilakukannya kualitas layanan atau hospitality yang maksimal bukan hanya kepuasan konsumen saja melainkan menimbulkan dampak lain yang ditimbulkan, yakni terjalannya loyalitas dengan konsumen dan meningkatnya profit Perusahaan.

Kata Kunci: dampak, hospitality, kualitas layanan, kepuasan konsumen, konsumen

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam industri dunia fotografi merupakan suatu perjalanan yang cukup menarik, berawal dari ditemukannya teknologi fotografi sampai transformasi modern diikuti perkembangan teknologi dibidang digital. Berawal dari ditemukannya teknik penciptaan

gambar permanen di permukaan yang sensitive Cahaya. Lalu ada inovasi besar dalam Sejarah dunia fotografi yakni, penggunaan film fotografi yang kemudian dibarengi dengan pertumbuhan studio fotografi mulai bermunculan, khusus nya dalam potret dan foto keluarga yang kemudian ada perkembangan dalam teknologi warna. Industry bidang fotografi pada zaman sekarang ini memiliki dampak dinamika yang cukup signifikan, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang berkembang cukup cepat, perubahan tren dan permintaan konsumen yang semakin beragam, dan utamanya perkembangan dalam media social. Saat ini yang mendominasi dalam dunia fotografi ialah fotografi digital, dengan menggunakan kamera digital atau ponsel yang saat ini memiliki spesifikasi tinggi sebagai alat utama. Kamera yang saat ini semakin modern memiliki fasilitas resolusi yang tinggi, rekam video yang jernih dan berkualitas, dan fitur inovatif lain. Kamera ponsel saat ini memiliki kualitas yang cukup tinggi sehingga orang-orang dapat berpartisipasi dalam fotografi. Fotografi dalam handphone semakin memenangi, penggunaanya dapat dengan mudah mengabadikan moment sehari-hari dan berbagi cerita di media social. Media social seperti Instagram, tiktok, pinterest mengambil peran yang sangat penting dalam dunia fotografi. Fotografi bukan hanya media untuk merekam saja, melainkan sebagai alat untuk mengekspresikan diri dan personal branding. Tidak sedikit pemakai mengerjar estetika visualnya untuk memperoleh perhatian dan followers. Industry fotografi dibawa pada tantangan, termasuk competitor yang sengit, hak cipta dalam pemakaian gambar atau foto tanpa izin, dan perubahan kebijakan dalam platform media social yang dapat berpengaruh dalam distribusi dan visibilitas konten tersebut.

Bisnis dalam hospitality tidak hanya mengenai menjual room hotel kelas megah, atau menjual makanan lezat untuk mengenyangkan perut, melainkan mengenai bisnis yang memerlukan jiwa atau attitude dalam operasionalnya. Dalam hospitality, melakukan service dengan sepenuh hati merupakan factor utama dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dengan kondisi seperti itu, konsumen akan merasa puas atas layanan yang kita berikan bahkan akan repeat order atau secara tidak langsung memberikan rekomendasi kepada relasinya mengenai jasa yang kita tawarkan. Hospitality atau keramahan menggunakan peran yang cukup penting dalam dunia fotografi, khususnya dalam melibatkan interaksi dengan konsumen dan menimbulkan hasil yang positif. hospitality dapat memengaruhi dunia fotografi dalam berbagai aspek antara lain, pelayanan terhadap pelanggan yang ramah terbilang komunikasi yang sangat efektif, menanggapi pertanyaan dengan fastrespons, dan memberitahu informasi yang singkat padat dan jelas mengenai layanan fotografi yang disediakan. Kemudian ada kemampuan berkomunikasi dan memahami kebutuhan pelanggan, dengan kemampuan ini dapat mengetahui kebutuhan dan harapan dari konsumen, dapat menjalin kerja sama dan menghasilkan hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Selanjutnya ialah kreativitas dan kolaborasi, melalui pendekatan yang open, honest and responsive akan menimbulkan ide-ide kreatif yang dapat direkomendasikan sehingga dapat cerminan visi Bersama. Keahlian teknis dan profesionalisme dapat membuat konsumen percaya terhadap hasilnya, memelihara kualitas atas konsisten dan memberikan hasil yang maximal atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen ialah salah satu bagian dari layanan hospitality. Proses order hingga selesainya suatu orderan ialah salah satu bagian dari hospitality juga dalam fotografi. Memberikan dan memastikan setiap tahapan layanan dapat memberi dampak yang positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Layanan hospitality yang baik dan maksimal dapat menimbulkan interaksi jangka Panjang dengan konsumen dan menciptakan peluang review positif. Konsumen yang puas atas

layanan yang diberikan dapat menjadi konsumen yang loyal dan dapat merekomendasikan layanan jasa tersebut kepada relasinya.

Pada zaman sekarang ini dunia industry retail tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Bisnis retail merupakan kegiatan yang berkaitan dengan penjualan dan pemberian layanan atau service kepada masyarakat sebagai pelaku utama yang biasa disebut konsumen. Untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan ritel yang penuh persaingan, pemimpin ritel perlu mampu menyediakan produk yang terbaik dan sesuai dengan keinginan konsumen, dengan harga, waktu, dan lokasi yang tepat. Oleh karena itu, memahami ilmu tentang karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani menjadi sangat krusial dalam konteks ini. Kepuasan konsumen ialah factor utama dalam kesuksesan dan keberhasilan jangka panjang dalam dunia bisnis, kepuasan konsumen dapat berperan penting dalam mempertahankan konsumen, konsumen yang puas akan hasil yang didapat memiliki peluang lebih besar untuk kembali menggunakan layanan jasa kita disbanding Perusahaan kompetitor. Konsumen yang merasa puas biasanya akan memberikan testimonia tau review positif dan merekomendasikan layanan kita ke relasi yang ia punya. Citra positif dapat meningkatkan keadaan bisnis dan memikat konsumen yang baru. Kepuasan konsumen dapat meminimalisir protes dan return, konsumen yang merasa puas biasanya lebih sedikit mempunyai review yang negative atau melakukan return yang bisa menghemat biaya dan waktu. Konsumen yang puas dapat menjadi konsumen yang loyalitas terhadap layanan yang kita sediakan, mereka tidak hanya untuk mendapat layanan saja namun memberikan sokongan dalam jangka panjang dan membantu jika ada masalah. Kepuasan konsumen dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas suatu Perusahaan. Konsumen yang puas akan nyaman dan dapat menimbulkan reputasi positif terhadap suatu Perusahaan dalam pembentukan brand yang kuat dan positif yang bisa menjadi perbedaan dalam bisnis kita dari competitor. Kepuasan konsumen bisa kita jumpai biasanya di review atau ulasan mereka dalam media social, media social yang di maksud bisa Instagram, tiktok, google, dan masih banyak lagi. Testimoni atau review ini dapat membuat suatu bisnis Perusahaan yang secara tidak langsung menjadi promosi gratis dan berdampak mendapat citra positif diantara audience yang lain. Kepuasan pelanggan yang memberikan review positif tadi dapat juga dipergunakan untuk memajukan quality service dan ber inovasi. Hal tersebut dapat membuat bisnis akan terus berkembang dan tetap sesuai di pasar.

Dalam kegiatan operasionalnya, pelaku di sektor ritel melibatkan beberapa fungsi, termasuk menyediakan barang dan jasa. Salah satu contoh perusahaan ritel di bidang fotografi adalah Jonas Photo. Perusahaan ini telah meraih ketenaran terutama di wilayah Jawa Barat, terutama di Kota Bandung. Menariknya, kepopuleran Jonas Photo tidak terbatas hanya di Jawa Barat, melainkan telah meluas hingga luar pulau Jawa, seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK). Bapak Gunadi Hadikusuma dan Ibu Ingriyanti G. mendirikan Jonas Photo pada bulan Februari 1981 di rumah mereka di Jl. Batik Jonas No.17, Sukaluyu, Bandung. Studio foto ini berkembang menjadi tempat one stop photography shop yang populer di Bandung. Awalnya, Jonas Photo hanya sebuah toko kecil yang menawarkan layanan cuci cetak foto. Pada tahun 1983, mereka mulai menyediakan layanan pemotretan untuk pas foto. Saat ini, Jonas Photo menyajikan berbagai layanan seperti photo finishing (cuci cetak & desain), studio foto, pembingkai, dan penjualan produk fotografi dan non-fotografi. Layanan photo finishing mencakup cuci film, slide, fotografi digital dengan desain dan restorasi, cetak pembesaran, index, cetak digital, foto kanvas, dan laminasi. Jonas sendiri memiliki program

hospitality yang dapat dijalankan dengan sangat baik, pengertian hospitality itu sendiri ialah kesan ramah yang ditimbulkan diri sendiri yang dapat dirasakan oleh orang sekitar.

Oleh karena itu peneliti mengambil judul dampak hospitality terhadap kepuasan konsumen di Jonas Photo cabang Cimahi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menggambarkan secara jelas dan terperinci tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan komunikasi karyawan Jonas Photo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah hospitality memiliki dampak yang besar dalam bidang layanan jasa?
2. Apakah hospitality berdampak terhadap kepuasan pelanggan di Jonas Photo?
3. Apakah dampak dari penerapan hospitality di Jonas Photo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar dampak hospitality dalam bidang layanan jasa.
2. Untuk mengetahui dampak hospitality terhadap kepuasan pelanggan di Jonas Photo.
3. Untuk mengetahui dampak dari penerapan hospitality di Jonas Photo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan role model untuk mengetahui seberapa pentingnya suatu Perusahaan menerapkan hospitality yang baik dan benar, sehingga memiliki dampak feedback repeat order dari konsumen karena merasa nyaman dengan layanan jasa yang disediakan.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan, khususnya dalam hal meningkatkan pelayanan yang baik.
3. Bagi penulis, memberikan manfaat untuk mengimplementasikan hospitality dalam kehidupan sehari-hari serta membuat perbandingan antara teori dan praktik di lapangan.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Pengertian Hospitality

Hospitality adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang dapat menimbulkan kesan ramah yang dapat dirasakan oleh lawan bicaranya. Hospitality bukan hanya mengenai keramah tamahan, namun hospitality memiliki makna pengetahuan dan keahlian dalam memasarkan layanan mencakup pelayanan dengan penuh hormat dan kepedulian terhadap aspek kemanusiaan. Bisnis hospitality bukan hanya mengenai menjual room hotel high class, ataupun memasarkan snack enak untuk hanya memenuhi kebutuhan perut, melainkan mengenai bisnis yang

memerlukan jiwa dalam menjalankan operasionalnya. (Hermawan, Brahmanto, & Hamzah, 2018) Dalam hospitality, memberikan layanan dengan dedikasi penuh adalah kunci utama untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Kemampuan memberikan layanan dengan sepenuh hati ini menjadi tuntutan yang harus diterapkan oleh pelaku usaha sebagai penyedia jasa yang unggul. Dengan kondisi tersebut diharapkan konsumen akan merasa puas atas layanan yang telah diberikan, semakin menyukai produk jasa atau barang yang ditawarkan dan dihasilkan, bahkan konsumen bisa loyal atau repeat order terhadap perusahaan, atau merekomendasikan produk kita kepada relasinya. (Hermawan, Brahmanto, & Hamzah, 2018)

Makna hospitality dapat bervariasi dalam pemahaman dari berbagai literatur dan asal kosa kata. Beberapa konsepnya termasuk:

1. Dalam bahasa Inggris, hospitality diartikan sebagai kata "friendly" yang merujuk pada "ramah," murah hati, dan dermawan, sering digunakan untuk memberikan perlakuan istimewa kepada tamu yang menggunakan fasilitas.
2. Hospitality memiliki makna keramahan, kesopanan, dan saling menghormati. Ketika dikaitkan dengan industri pariwisata, hospitality dianggap sebagai esensi dari semangat suatu destinasi pariwisata. Ketiadaan hospitality dalam sektor pariwisata atau ritel dapat menyebabkan produk yang ditawarkan terasa seperti objek mati tanpa nilai tambah yang menarik bagi konsumen. (Pendit dalam Ambarwati, 2017)

2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki banyak arti karna setiap orang pasti berbeda dalam memahami dan mengartikannya, contoh kesesuaian dengan persyaratan atau sebuah tuntutan, kecocokan untuk penggunaan perbaikan, bebas dari kecacatan atau kerusakan, memenuhi semua keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam Total Quality Management (TQM) kualitas itu di lihat secara lebih luas, yakni bukan hanya hasil nya saja yang dipandang, namun juga proses dari lingkungan dan manusia (Setiawan, Qomariah, & Hermawan, 2019) . Kualitas ialah dimana suatu kondisi berkaitan dengan suatu produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya untuk memenuhi harapan suatu konsumen (Tjiptono & Candra, 2012). Selain itu, (Hermawan, 2018) Mengambil kesimpulan mengenai Kualitas layanan merupakan rangkaian produksi atau pelayanan yang luar biasa dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam konteks penyediaan layanan, penting adanya interaksi langsung antara konsumen dan pelaku usaha dan kualitas pelayanan dapat dibedakan terutama melalui sifat dan keahlian karyawan dalam menyampaikan informasi. (Lovelock & Wright, 2011)

2.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan dalam (Ibrahim & Thawil, 2019) menurut Kotler dan Keller ialah ungkapan perasaan senang, sedih bahkan kecewa dari seseorang yang diakibatkan dari hasil suatu product yang sesuai dengan harapannya. Sedangkan menurut Lovelock dan Wright mengartikan kepuasan ialah reaksi perasaan setelah pembelian suatu product atau suatu kondisi emosional yang diperlihatkan seperti marah, netral, ketidakpuasan, dan kegembiraan. Kepuasan konsumen ialah label yang dipergunakan oleh konsumen atas Tindakan yang dapat diamati terkait dengan produk atau jasa merupakan aspek yang terlihat, sementara kepuasan konsumen adalah ekspresi positif yang ditunjukkan oleh konsumen terkait dengan produk atau jasa, baik selama penggunaan maupun setelah penggunaannya. (Qomariah, 2016)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan eksploratif untuk memahami peristiwa, tindakan, dan proses dalam konteks kehidupan. Informan menjadi sumber informasi utama, di mana informan kunci adalah individu yang memegang peran signifikan terkait dengan isu yang menjadi fokus penelitian. Pengumpulan data pada penelitian eksploratif ini menggunakan teknik survei dan nonsurvei, dengan analisis data yang dapat dilakukan baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Meskipun penekanannya pada analisis kualitatif. (Mudjiyanto, 2018). Observasi juga menjadi teknik yang penting dalam penelitian kualitatif, Dimana peneliti secara aktif mengamati dan mencatat perilaku, interaksi, dan konteks yang terjadi dalam situasi yang diteliti (Bogdan & Biklen, 2017). Penelitian kualitatif eksploratif ialah pendekatan mengeksplorasi dan memahami tujuan individu atau kelompok dalam menanggapi suatu masalah sosial atau manusia (Creswell, 2014) . Penelitian ini menerapkan metode pengumpulan data melalui observasi dan wawancara semi terstruktur kepada konsumen Jonas Photo, bertujuan untuk memperkaya materi analisis. Data yang terkumpul akan diolah dengan mengurangi informasi yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian disajikan dalam format naratif sebelum merumuskan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, 1) seberapa besar dampak hospitality dalam bidang layanan jasa, 2) untuk mengetahui dampak hospitality terhadap kepuasan konsumen di Jonas Photo, 3) untuk mengetahui dampak dari penerapan hospitality di Jonas Photo. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada 57 responden. Dari hasil analisis berdasarkan gender, terlihat bahwa 51% dari total responden, atau 29 orang, adalah perempuan, sementara 49% atau 28 orang adalah laki-laki. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih banyak mengunjungi Jonas Photo Cimahi. Tidak terdapat pengaruh tingkatan usia terhadap kunjungan ke Jonas Photo Cimahi, sehingga setiap usia memiliki peluang yang sama untuk berkunjung. Dalam hal usia, mayoritas pelanggan yang datang berada dalam rentang usia 21-30 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 38 orang. Selama survei lapangan, terdapat juga responden berusia antara 15-20 tahun (10 orang) dan di atas 35 tahun (2 orang).

Dari hasil penelitian ini seluruh responden mengetahui apa itu hospitality dalam dunia kerja khususnya bidang retail, selain mereka mengetahui mereka juga merasakan layanan hospitality yang ditimbulkan oleh pegawai retail di Jonas Photo Cimahi. Didalam suatu Perusahaan khususnya layanan barang dan jasa seperti Jonas Photo Cimahi ini sangat penting untuk dilakukan, jadi bukan hanya Perusahaan kecil saja yang harus memberlakukan kualitas layanan yang baik. Seluruh responden pernah mendatangi Jonas Photo Cimahi, dari pernyataan tersebut mereka merasa sangat penting dan senang saat mendapat kualitas layanan yang baik seperti di diagram 1 yang terlampir.



Diagram 1. service quality

Saat mereka mengunjungi Jonas Photo Cimahi 98,2% mereka merasakan hospitality yang ditimbulkan oleh pegawai Jonas Photo Cimahi dan mereka anggap kualitas layanan di Jonas Photo Cimahi sudah berjalan dengan cukup baik jadi mereka bisa memenuhi keinginannya sesuai

DAMPAK HOSPITALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI JONAS PHOTO

harapan dibantu dengan layanan pegawai yang sangat helpfully seperti yang terlampir dalam diagram 2 dibawah ini.

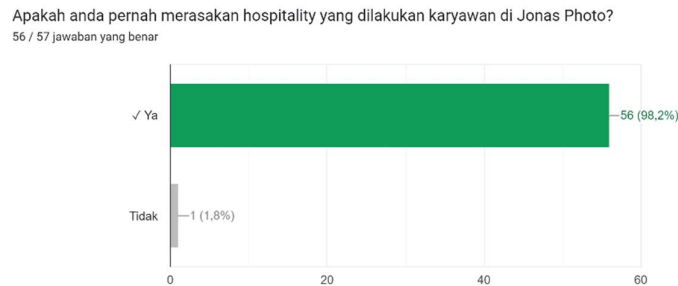


Diagram 2. *hospitality yang dirasakan*

dari hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa hospitality yang dilakukan secara maximal oleh pegawai Jonas Photo Cimahi merupakan factor utama dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen terlampir dalam Diagram 3 dibawah ini.

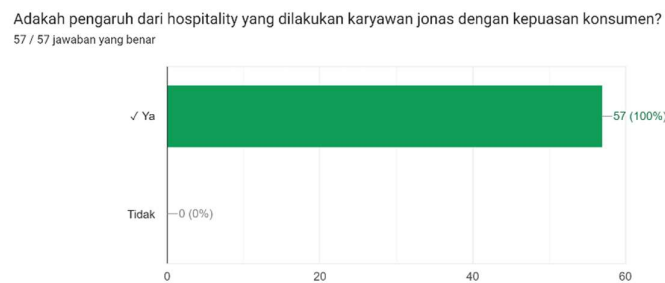


Diagram 3. *Pengaruh Hospitality terhadap Kepuasan Konsumen*

Dampak dari hospitality yang dilakukan maximal oleh pegawai Jonas Photo Cimahi selain dapat menimbulkan kepuasan konsumen juga berdampak ke hal lain yaitu membuat konsumen menjadi loyalitas kepada Perusahaan, konsumen akan repeat order karena merasa puas atas jasa yang diberikan, bahkan kemungkinan terbaik yang akan terjadi juga konsumen tersebut akan memberitahu rekan-rekannya untuk menggunakan jasa yang kita sediakan. Dari timbulnya ke loyalitasan konsumen tersebut tentunya akan meningkatkan profit Perusahaan, hal itu merupakan goals dari kebanyakan Perusahaan penyedia jasa seperti diagram yang terlampir.

Apakah dengan service quality yang baik, dapatkah meningkatkan profit?
56 / 57 jawaban yang benar

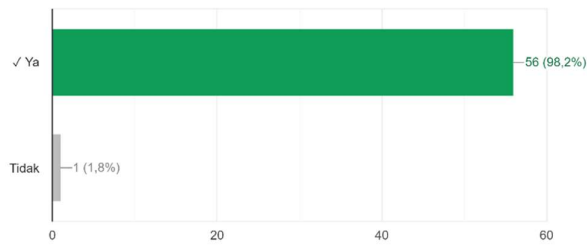


Diagram 4. service quality meningkatkan profit

KESIMPULAN

Dari penelitian dan pemaparan yang telah dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa dampak dari hospitality terhadap kepuasan konsumen di Jonas Photo Cimahi itu sangat besar, dampak hospitality terhadap kepuasan konsumen sangat berpengaruh, dan dampak dari hospitality di Jonas Photo Cimahi itu bukan hanya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen saja melainkan berpengaruh terhadap factor lain, contohnya terhadap loyalitas konsumen yang memungkinkan dia menjadi loyal dan repeat order di Jonas Photo Cimahi, selain konsumen itu loyal dan repeat order mereka pasti akan merekomendasikan atau memperkenalkan jasa yang kita sediakan kepada keluarga, rekan-rekannya untuk memakai jasa ini karena hasil yang memuaskan sudah dirasakan konsumen tersebut. Selain Kepuasan, loyalitas konsumen ada factor lain juga yang terkena dampaknya yaitu Perusahaan itu sendiri, dengan begitu profit Perusahaan akan meningkat dan dipenuhi dengan orderan konsumen untuk segera di produksi.

SARAN

Dengan ini peneliti memberi saran kepada seluruh penyedia barang dan jasa harus memiliki kualitas layanan yang baik, harus memberikan pelayanan yang maximal kepada konsumen karena dengan begitu memiliki keuntungan yang banyak baik bagi konsumen Perusahaan, ataupun untuk diri sendiri. Karena dengan konsumen merasa puas, profit Perusahaan meningkat, bisa jadi kita sendiri sebagai pegawai dapat memiliki bonus yang diberikan dari Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2017). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theories and Methods*(6th ed.). *Pearson*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*(4th ed.). *Sage Publications*.
- Hermawan. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman* .
- Hermawan, H., Brahmento, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.4, No.1.

- Lovelock, & Wright. (2011). *Service marketing, people, technology, strategy* (7th ed.). New Jersey: *Pearson Prentice Hall*.
- Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN EKSPLORATIF KOMUNIKASI. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 65-74.
- Qomariah. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. *Jember: Cahaya Ilmu*. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia).
- Tjiptono, & Candra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.