

PENGARUH PERSEPSI LAYANAN JEMPUT ZAKAT TERHADAP KEPUASAN MUZAKKI DI LEMBAGA AMIL ZAKAT YATIM MANDIRI CABANG JOMBANG

Nelly Erliana

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

Email: nelly_erliana@yahoo.com

Sri Abidah Suryaningsih

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

Email: sriabidah@unesa.ac.id

Abstrak

Banyaknya Lembaga Amil Zakat mengakibatkan persaingan antar lembaga satu dengan yang lain, sehingga perlu dilakukan peningkatan dari segi pelayanan salah satunya dengan jemput zakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Jombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa persepsi layanan jemput zakat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki.

Kata Kunci : *Persepsi, Jemput Zakat, Kepuasan*

Abstract

Thuse number of Amil Zakat Institution caused of competition among them, so there should be service improvement through pick up zakat. This study aims to determine the impact of the service perception of pick up zakat to muzakki satisfaction in Amil Zakat Institution Yatim Mandiri Jombang Branch. This study uses quantitative approach associative with data through questionnaire. The result of hypothesis test shows that the service perception of pick up zakat has a significant effect on the satisfaction of muzakki.

Keywords: *Perception, Pick Up Zakat, Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Terdapat beberapa macam Lembaga Amil Zakat di Indonesia baik di tingkat Nasional, tingkat Provinsi maupun tingkat Kabupaten. Banyaknya Lembaga Amil Zakat menimbulkan munculnya persaingan antara lembaga satu dengan lembaga yang lain sehingga masing-masing lembaga harus meningkatkan lembaganya terutama dari segi pelayanan, salah satunya dengan memberikan layanan jemput zakat. Kepercayaan masyarakat dalam membayar zakat melalui Lembaga Amil Zakat masih perlu ditingkatkan karena masyarakat dalam menyalurkan zakatnya masih dilakukan secara perorangan. Penghimpunan dana ZIS yang dilakukan secara perorangan mencapai Rp.400 triliun (BAZNAS, 2016).

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang berupa tindakan sosial yang bersifat wajib bagi setiap Muslim (Canggih dkk, 2017). Potensi zakat di Kabupaten Jombang begitu besar dilihat dari jumlah penduduk yang mayoritas beragama

muslim sebesar 98,3% (BPS,2013). Melihat potensi zakat di Kabupaten Jombang begitu besar, maka Lembaga Amil Zakat harus lebih meningkatkan pelayanan terutama pelayanan pada saat menjemput zakat. Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri merupakan Lembaga Amil Zakat tingkat Nasional, salah satunya yaitu Yatim Mandiri Cabang Jombang.

Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Jombang baru diresmikan pada tanggal 2 Februari 2013 dan masih memiliki jumlah karyawan yang minim. Setiap karyawan yang melakukan jemput zakat memiliki tanggung jawab kepada lebih dari seratus muzakki. Selain itu muzakki Yatim Mandiri Cabang Jombang juga berada di wilayah Nganjuk dan Kertosono sehingga karyawan menjadi kesulitan saat penjemputan zakat, misalnya keterlambatan dalam mengambil zakat.

Setiap orang yang mendapatkan pelayanan tentunya memiliki persepsi yang berbeda-beda. Simamora dalam Haryati dan Venesia (2015) berpendapat bahwa persepsi merupakan bagaimana seseorang memberikan penilaian dan tanggapan tentang dunia sekitar yang dilihatnya. Pelayanan merupakan suatu tindakan tidak berwujud yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain tanpa mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Armstrong dalam Arief, 2007).

Pelayanan dapat diukur menggunakan beberapa indikator, antara lain: 1) Fasilitas Fisik (*tangible*), 2) Keandalan (*reliability*), 3) Ketanggapan (*responsiveness*), 4) Kemampuan (*competency*), 5) Kesopanan (*courtesy*), 6) Jujur dan Dapat Dipercaya (*credibility*), 7) Keamanan (*security*), 8) Akses (*access*), 9) Komunikasi (*communication*), 10) Perhatian Pada Pelanggan (*understanding the customer*) (Arief, 2007).

Pelayanan yang dilakukan dengan baik pasti mendapatkan persepsi yang baik pula bagi pelanggan serta menciptakan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Richard F. Gerson dalam Arief (2007) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu harapan konsumen yang telah terpenuhi. Apabila konsumen sudah merasakan kepuasan atas produk atau jasa yang telah didapatkannya maka dikemudian hari ia akan menggunakan produk atau jasa yang sebelumnya ia gunakan. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011) pengukuran kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan beberapa indikator antara lain, 1) Kualitas Produk, 2) Kualitas Pelayanan, 3) Emosi, 4) Harga, 5) Biaya.

Penelitian yang membahas mengenai persepsi layanan terhadap kepuasan masih dilakukan tidak hanya fokus pada penelitiannya melainkan penelitian dilakukan terhadap persepsi pelayanan secara keseluruhan. Persepsi kualitas pelayanan yang diteliti oleh Sholikhah (2009) adalah mengenai pelayanan secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif mengenai kualitas pelayanan terutama dari segi bukti fisik, keandalan jaminan, daya tanggap dan empati.

Penelitian sebelumnya yang terkait dengan persepsi layanan terhadap kepuasan adalah penelitian yang dilakukan oleh Muasaroh dan Aini (2016), Wibowo,dkk (2014), Suprpto (2017). Ketiga penelitian tersebut ingin mengetahui indikator apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Akan tetapi, hal yang membedakan dengan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprpto (2017) adalah pada persepsi layanan terdapat dimensi *assurance* dan *empathy*, perbedaan cara menganalisis data, objek penelitian, serta fokus penelitiannya. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai apakah persepsi layanan jemput zakat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan muzakki di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Jombang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitiannya adalah asosiatif karena dalam penelitian ini data yang diperoleh berupa angka-angka yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner serta untuk mengetahui pengaruh antara persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Jombang. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh donatur atau muzakki rutin Yatim Mandiri Cabang Jombang yang berjumlah 2501 kemudian diambil sampel sebanyak 96 muzakki.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling* yang diambil secara acak. Cara pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara menyebar kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti yang berisi sejumlah pernyataan diantaranya 17 pernyataan untuk variabel persepsi layanan jemput zakat serta 4 pernyataan untuk variabel kepuasan muzakki. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*. Setelah diperoleh data responden kemudian dilakukan analisis data dengan cara melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Variabel Persepsi Layanan Jemput Zakat

Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu persepsi layanan jemput zakat serta menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan muzakki. Persepsi layanan jemput zakat diberikan oleh muzakki untuk mengukur atau menilai layanan jemput zakat yang diberikan oleh LAZ Yatim Mandiri Cabang Jombang. Penilaian mengenai layanan jemput zakat dapat diukur menggunakan sembilan indikator yakni 1) indikator bukti fisik, 2) kehandalan, 3) ketanggapan, 4) kemampuan, 5) kesopanan, 6) jujur dan dapat dipercaya, 7) keamanan, komunikasi, serta 8) perhatian pada pelanggan.

Persepsi muzakki pada indikator bukti fisik diperoleh nilai persentase sebesar 51,6%. Hasil persentase tersebut diperoleh dari jawaban kuesioner responden yang paling banyak menjawab adalah dengan skor 5 yaitu sangat setuju. Indikator bukti fisik digunakan untuk menilai penampilan karyawan yang rapi serta selalu menggunakan atribut kerja dan membawa majalah. Muzakki mayoritas menjawab sangat setuju karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang ketika menjemput zakat selalu menggunakan seragam kerja serta membawa majalah sehingga muzakki memiliki persepsi yang baik.

Persepsi muzakki pada indikator kehandalan diperoleh nilai persentase sebesar 50,5%. Hasil persentase tersebut diperoleh dari jawaban kuesioner responden yang paling banyak menjawab dengan skor 5 yaitu sangat setuju. Indikator kehandalan digunakan untuk menilai bahwa karyawan memiliki kehandalan menjemput zakat secara rutin tiap bulannya. Muzakki memilih jawaban sangat setuju karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang mampu menjemput zakat secara rutin tiap bulannya sehingga memiliki persepsi yang baik bagi muzakki.

Persepsi muzakki pada indikator ketanggapan diperoleh nilai persentase sebesar 42,2% dari hasil jawaban responden yang paling banyak menjawab sangat setuju dan yang menjawab setuju. Indikator kehandalan digunakan untuk menilai bahwa karyawan mudah dihubungi serta selalu mengutamakan kepentingan muzakki. Muzakki yang menjawab sangat setuju dan yang menjawab setuju memiliki hasil persentase yang sama yaitu sebesar 42,2% sehingga muzakki memiliki persepsi yang baik tentang karyawan yang mudah dihubungi serta selalu mengutamakan kepentingan muzakki.

Persepsi muzakki pada indikator kemampuan memperoleh nilai persentase sebesar 46,3% yang diperoleh dari jawaban responden yang paling banyak menjawab dengan skor 5 yaitu sangat setuju. Indikator kemampuan digunakan untuk mengukur kemampuan karyawan dalam mengambil zakat ke rumah atau ke kantor muzakki. Muzakki mayoritas menjawab sangat setuju karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang mampu dan bersedia mengambil zakat ke rumah atau ke kantor muzakki.

Persepsi muzakki pada indikator kesopanan memperoleh nilai persentase sebesar 47,4%. Hasil persentase tersebut diperoleh dari jawaban responden yang mayoritas menjawab dengan skor 5 yaitu sangat setuju. Indikator kesopanan digunakan untuk menilai sikap dan perilaku karyawan. Muzakki memilih jawaban dengan skor 5 atau sangat setuju karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang selalu mengucapkan salam ketika bertemu dengan muzakki sehingga muzakki memiliki persepsi yang baik terhadap karyawan.

Persepsi muzakki pada indikator jujur dan dapat dipercaya memperoleh nilai persentase sebesar 48,9%. Hasil persentase tersebut diperoleh dari jawaban

responden yang menjawab sangat setuju dengan skor 5. Indikator jujur dan dapat dipercaya digunakan untuk menilai kejujuran karyawan. Muzakki mayoritas menjawab sangat setuju karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang mampu memberikan kepercayaan kepada muzakki bahwa zakat akan disalurkan kepada mereka yang berhak menerimanya.

Persepsi muzakki pada indikator keamanan memperoleh nilai persentase sebesar 46,9% yang diperoleh dari jawaban responden paling banyak dengan skor 5 atau sangat setuju. Muzakki mayoritas memilih jawaban dengan skor 5 karena muzakki menilai ketika menyalurkan zakat di Yatim Mandiri Cabang Jombang karyawan mampu menjaga kerahasiaan data donatur atau muzakki sehingga muzakki tidak perlu merasa khawatir terhadap data dirinya yang akan disalahgunakan untuk hal yang tidak penting. Oleh karena itu muzakki memiliki persepsi yang baik mengenai keamanan dalam menyalurkan zakat di LAZ Yatim Mandiri Cabang Jombang.

Persepsi muzakki mengenai indikator komunikasi diperoleh nilai persentase sebesar 44,8%. Hasil tersebut diperoleh dari jawaban responden yang mayoritas menjawab dengan skor 5 atau sangat setuju. Muzakki memilih jawaban dengan skor 5 karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang mampu berkomunikasi dengan baik sehingga muzakki memiliki persepsi yang baik pula terhadap karyawan.

Persepsi muzakki mengenai indikator perhatian pada pelanggan diperoleh nilai persentase sebesar 36,4%. Hasil persentase tersebut diperoleh dari jawaban responden paling banyak memilih jawaban dengan skor 5 atau sangat setuju. Muzakki memilih jawaban dengan skor 5 karena muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang mampu memberikan perhatian kepada muzakki serta selalu mengerti kebutuhan dan keinginan muzakki.

Berdasarkan sembilan indikator yang sudah dijabarkan diatas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Layanan Jemput Zakat
Skor Jawaban

	5	4	3	2	1
Total Skor Item Pernyataan	750	650	154	61	17
Persentase %	46%	39,9%	9,4%	3,7%	1%

Pada tabel 1 dapat diketahui bahwa 96 muzakki memberikan persepsi yang baik terhadap layanan jemput zakat yang diberikan oleh Yatim Mandiri Cabang Jombang. Hal tersebut dilihat dari jawaban responden yang didominasi oleh jawaban dengan skor 5 yakni sangat setuju sebesar 46%. Sehingga dapat dikatakan bahwa muzakki memberikan tanggapan yang positif terhadap layanan jemput zakat

yang diberikan Yatim Mandiri Cabang Jombang karena pelayanan yang diberikan sudah sangat baik.

Gambaran Variabel Kepuasan Muzakki

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan muzakki. Kepuasan muzakki digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan muzakki terhadap layanan jemput zakat yang diberikan oleh Yatim Mandiri Cabang Jombang. Pengukuran kepuasan muzakki dapat dilakukan dengan menggunakan empat indikator yakni 1) kualitas produk, 2) kualitas pelayanan, 3) emosi, 4) biaya.

Persepsi muzakki terhadap indikator kualitas produk memiliki persentase sebesar 42,7%. Hasil tersebut diperoleh dari jawaban responden yang mayoritas menjawab dengan skor 5 yakni sangat setuju. Muzakki memilih jawaban sangat setuju dikarenakan muzakki merasa dimudahkan dengan adanya layanan jemput zakat sehingga dapat diketahui bahwa muzakki merasa puas dengan adanya layanan jemput zakat.

Persepsi muzakki terhadap indikator kualitas pelayanan diperoleh nilai persentase sebesar 42,7% yang diperoleh dari jawaban responden yang paling banyak menjawab dengan skor 5 yakni sangat setuju. Muzakki memilih jawaban sangat setuju dikarenakan muzakki sudah merasa puas mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.

Persepsi muzakki pada indikator emosi memperoleh nilai persentase sebesar 39,6% yang diperoleh dari hasil jawaban responden paling banyak menjawab dengan skor 5 yakni sangat setuju. Muzakki memilih jawaban sangat setuju dikarenakan muzakki sudah merasa puas apabila berinteraksi dengan karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang pada saat melakukan penjemputan zakat.

Persepsi muzakki pada indikator biaya diperoleh nilai persentase sebesar 48%. Hasil tersebut diperoleh dari jawaban responden yang paling banyak adalah jawaban dengan skor 5 yakni sangat setuju. Muzakki memilih jawaban sangat setuju karena muzakki merasa puas dengan layanan jemput zakat yang tidak diperlukan pengeluaran biaya untuk mendapatkan jasa tersebut.

Berdasarkan pemaparan masing-masing indikator kepuasan muzakki maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2. Hasil Kuesioner Kepuasan Muzakki
Skor Jawaban**

	5	4	3	2	1
Total Skor Item Pernyataan	166	148	40	27	3
Persentase	43,22%	38,54%	10,41%	7,03%	0,8%

Pada tabel 2 dapat diketahui bahwa mayoritas muzakki memilih jawaban dengan skor 5 yakni sangat setuju sebesar 43,22%. Dari jawaban muzakki yang memilih jawaban dengan skor 5 dan skor 4 maka diperoleh total sebesar 81,8% sehingga dapat dikatakan bahwa lebih dari separuh muzakki sudah merasakan kepuasan dengan adanya layanan jemput zakat.

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 96 muzakki kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.343	1.413	-.243	.809
	X	.235	.019	.781	.000

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 12.142 serta nilai signifikansi yang lebih dari 0.05 yakni sebesar 0.000 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki.

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 96 muzakki rutin dapat diketahui bahwa muzakki memberikan persepsi yang baik terhadap pelayanan jemput zakat dilakukan Yatim Mandiri Cabang Jombang. Persepsi muzakki yang paling berpengaruh adalah mengenai bukti fisik karyawan yang memakai pakaian rapi dan selalu menggunakan atribut kerja yang menunjukkan nilai persentase sebesar 51,66%. Hasil persentase tersebut merupakan persentase paling tinggi dibandingkan dengan indikator yang lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa muzakki merasa puas dan nyaman ketika bertemu dengan karyawan.

Yatim Mandiri Cabang Jombang memang mempunyai kesadaran yang tinggi bahwa suatu penampilan yang baik, bersih, dan rapi akan membuat muzakki merasa senang dan nyaman sehingga penampilan adalah hal yang perlu untuk dipertahankan. Semua persepsi yang diberikan oleh muzakki menunjukkan nilai yang positif karena jawaban muzakki didominasi oleh jawaban sangat setuju. Akan tetapi, ada indikator yang memiliki persentase paling rendah dibandingkan dengan indikator yang lain. Indikator yang memiliki persentase terendah adalah indikator perhatian pada pelanggan yang memiliki persentase sebesar 36,4% sehingga

muzakki merasa kurang puas. Muzakki menilai bahwa karyawan Yatim Mandiri Cabang Jombang kurang bisa memahami apa yang dibutuhkan serta apa yang diinginkan muzakki. Karyawan harus bisa memberikan saran dan pendapat sesuai dengan kondisi muzakki sehingga muzakki bisa merasa senang.

Layanan jemput zakat yang diberikan oleh Yatim Mandiri Cabang Jombang memang sangat mempermudah muzakki dalam menyalurkan zakatnya. Hal tersebut terbukti bahwa muzakki memiliki tingkat kepuasan sebesar 43,22% jawaban sangat setuju. Kepuasan muzakki terhadap layanan jemput zakat dikarenakan tidak perlunya mengeluarkan biaya untuk mendapatkan jasa layanan jemput zakat. Muzakki hanya tinggal menghubungi karyawan dan menunggu di rumah atau di kantor maka karyawan akan datang untuk mengambil zakat. Dilihat dari indikator kepuasan muzakki yaitu pada indikator biaya, muzakki paling banyak menjawab sangat setuju sebesar 48%. Sehingga dapat dikatakan bahwa muzakki merasa puas dengan layanan jemput zakat karena tidak diperlukannya biaya untuk memperoleh jasa karyawan. Hasil uji hipotesis juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rust dan Zahorik dalam Segoro (2011) bahwa persepsi kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi layanan jemput zakat terhadap kepuasan muzakki di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Jombang. Persepsi yang paling berpengaruh adalah mengenai bukti fisik karyawan serta tidak diperlukannya biaya untuk mendapatkan jasa layanan jemput zakat.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran serta masukan yang ingin peneliti sampaikan khususnya bagi Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Cabang Jombang yaitu perlu mempertahankan persepsi muzakki terutama dari segi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, kemampuan, kesopanan, keamanan, komunikasi, jujur dan dapat dipercaya. Serta perlu melakukan peningkatan persepsi muzakki dari segi perhatian pada pelanggan.

5. REFERENSI

- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing. Malang
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jombang. <http://jombangkab.bps.go.id>. Diakses pada tahun 2013.
- Badan Amil Zakat Nasional (BASNAZ). 2017. Outlook Zakat Indonesia (pdf).
- Canggih, C. Fikriyah, K. Yasin, A. 2017. Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Di Indonesia. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*. 1(1): 14-26.

- Harjati,L. dan Venesia, Y. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*. 1(1): 64-74.
- Muasaroh, N. Q. dan Aini, S. N. 2016. Pengaruh Persepsi Kinerja Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen PT JNE Jember. *Jurnal INSGHT*.12(1): 75-83.
- Ratnasari, T. R. Aksa, M. H. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sholikhan. 2009. Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Kualitas Layanan Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa . *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. 5(2):155-171.
- Segoro, W. 2011. Pengaruh persepsi kualitas pelayanan, faktor penambat dan kualitas hubungan relasional terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan: suatu penelitian pada penyedia jasa telepon selular di jawa barat. *Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*. 2(2): 181-198.
- Suprpto. 2017. Pengaruh Persepsi Pelayanan Dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Elanggan Di Bengkel PT Mitra Pinasthika Mustika (MPM) Auto Nissan. *Journal of Applied Business and Economics*. 3 (4): 207-219.