

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM
(Studi Pada Bento Kopi Cabang UAN Takun 2022)**



**Universitas
Alma Ata**

The Globe Inspiring University

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta Untuk
Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:
Tri Prasetyo Putra Wijaya
NIM 162200166

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2023

ABSTRAK

Masa Pandemi *Corona* menjadi masa yang mencekam untuk segala sektor kehidupan, terutama dalam sektor perekonomian. Terutama dalam bisnis *food and beverage* seperti *coffe shop*. Dan pertumbuhan bisnis atau usaha Kedai Kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat Indonesia. Tahun 2014 jumlah kedai kopi di DIY tercatat 350 kedai, tahun 2015 berkembang menjadi 600 kedai, tahun 2018 mencapai 1.100 kedai. Bento Kopi sendiri merupakan tempat minum kopi dan nongkrong dengan *vibes* tempat yang sederhana, harga terjangkau dan suasana yang nyaman. Menjunjurnya *coffe shop*, perusahaan ketat dalam memanag usahanya agar produknya eksis di pasaran. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui manajemen Bento Kopi dalam promosi, kualitas kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, yang menjadikan Bento Kopi eksis hingga saat ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner kepada pelanggan Bento Kopi cabang UAD dengan rentang usia >17 tahun, dengan sampel sejumlah 100 responden. Analisis statistik dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif, analisis analisis asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil uji hipotesis (H1) menunjukkan nilai Sig. pengaruh X1 (promosi) terhadap Y (kepuasan pelanggan) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,239 > 1,985$). Hipotesis kedua (H2) diketahui nilai Sig. pengaruh X2 (kualitas kinerja karyawan) terhadap Y (kepuasan pelanggan) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($5,429 > 1,985$). Adapun uji F (H3) diperoleh nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($60,769 > 3,05$). Jadi kesimpulan penelitian ini, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan baik secara persial ataupun simultan antara variabel independen (promosi dan kualitas kinerja karyawan) terhadap variabel dependan (kepuasan pelanggan).

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Kinerja Karyawan, Kepuasan Pelanggan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masa Pandemi *Corona* menjadi masa yang mencekam untuk segala sektor kehidupan, terutama dalam sektor perekonomian. Baik untuk perekonomian dunia maupun perekonomian bangsa Indonesia. Beruntungnya masa pandemi ini berlangsung di era globalisasi dengan begitu banyak kemajuan teknologi yang sangat membantu pemulihan keadaan, baik dari sisi kesehatan dan perekonomian. Kebangkitan masa pandemi seakan berbanding lurus dengan kebangkitan perekonomian negara-negara terdampak pandemi *Corona*. Pandemi ini menjadi salah satu sebab banyak industri mengalami perubahan baik dari segi trend, rencana, hingga kebiasaan *customer*. Terutama dalam bisnis *food and beverage* seperti *coffee shop*.

Sejarah kopi di Indonesia lahir pada tahun 1699, Belanda menjadi negara monopoli dalam aktivitas perdagangan di Asia saat itu. tahun 1699 Belanda membawa tanaman kopi dari Malabar, tahun 1706 hasil kopi dari Jawa dikirim ke Belanda untuk diteliti kualitasnya, hingga pada akhirnya Belanda melakukan budidaya kopi dalam skala besar ke pulau-pulau di Indonesia. Tahun 1945 saat Indonesia merdeka, Belanda membarikan alih kepemilikan semua perkebunan kopi yang ada di Indonesia. Tahun 2015 Indonesia menduduki peringkat ke-empat menjadi negara penghasil kopi terbesar di dunia. Penikmat kopi di Indonesia semakin meningkat sesuai perkembangan jaman terutama pada kalangan anak muda. Di Indonesia sendiri minum kopi

sudah menjadi budaya yang turun-menurun dan disukai banyak orang. Dan pertumbuhan bisnis atau usaha Kedai Kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat Indonesia.

Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri yang terkenal sebagai kota pelajar dan kota wisata, tidak mungkin terlepas dari kebutuhan sektor Horeka (hotel, restoran dan cafe) guna memenuhi gaya hidup dan minat para wisatawan. Lahirnya usaha kedai kopi menjadi salah satu trend usaha yang memeriahkan bisnis Horeka di DIY. Tahun 2014 jumlah kedai kopi di DIY tercatat 350 kedai, tahun 2015 berkembang menjadi 600 kedai, tahun 2013 mencapai 1.100 kedai. Rahadi Sapta Abra (Ketua Panitia Jogja Coffe 2022) mengatakan bahwa DIY menjadi kota dengan kedai kopi terpadat di Indonesia. Data dari Komunitas Kopi Nusantara, tercatat ada sekitar 3.000 kedai kopi yang tersebar di seluruh penjuru DIY dengan omsetan uang dari kedai kopi diperkirakan mencapai Rp 700 miliar per tahun (Pradana 2022).

Bisnis cafe menjadi salah satu produk yang merasakan ketatnya persaingan jasa. Keberadaan cafe di Yogyakarta sudah menjadi pemandangan sehari-hari terutama di kalangan mahasiswa. beragam *tagline* cafe dengan berbagai jenis makanan dan minuman mulai dari yang tradisional hingga modern. Dan kehidupan pelajar terutama mahasiswa di Yogyakarta tidak terlepas dari kehidupan malam yang nongkrong di cafe, mengerjakan tugas atau yang lainnya hingga membentuk komunitas budaya modernisasi. Berangkat dari hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian di salah satu cafe yang cukup terkenal yakni Bento Kopi. Bento Kopi sendiri merupakan tempat minum kopi

dan nongkrong dengan *vibes* tempat yang sederhana, harga terjangkau dan suasana yang nyaman. Adapun segmen pasar yang dicari oleh Bento Kopi yaitu mahasiswa dan golongan penghasilan menengah kebawah. Bento Kopi menjadi salah satu tempat perkumpulan mahasiswa dan komunitas dalam menyalurkan aktifitas serta kreativitasnya, hal ini menjadikan Bento Kopi tetap bertahan dengan konsep *coffee shop* yang ikut diperhitungkan. Hingga saat ini Bento Kopi memiliki 10 cabang di DIY yaitu di Nogolaten, Condong Catur, Jakal, Maguwoharjo, Klebengan UNY, Sorowajan, UMY, WAD Palagan dan Godean (Pradana 2022).

Bento Kopi sebagai suatu usaha tentunya ingin produknya dikenal, pastinya akan melakukan promosi yang salah satunya dengan cara memberikan diskon pada *event-event* tertentu atau harga promo demi memenuhi kepuasan konsumen. Lupiyoadi dalam bukunya menjelaskan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan dalam memasarkan produk jasa (Lupiyoadi 2013b). Sedangkan Islam sendiri memberikan contoh langsung melalui Nabi Muhammad SAW yang mengajarkan kepada umatnya bagaimana sistem promosi dan kualitas pelayanan yang baik dalam perniagaan. Akan tetapi pada prakteknya sistem pemasaran konvensional lah yang saat ini banyak tertanam dalam masyarakat, dimana hanya memprioritaskan pada keuntungan semata (Karta Jaya, Hermawan dan Syakir Sula 2006).

Para pelaku usaha dalam menghadapi persaingan dunia bisnis menuntut mereka untuk selalu kreatif agar mampu beradaptasi dengan lingkungan. Salah

satu bentuk adaptasi yang perlu menjadi pertimbangan yaitu manajemen sumber daya manusia, baik pada pengembangan karir atau perubahan komposisi tenaga kerja. Dalam hal ini pelaku usaha setidaknya harus selalu melakukan monitoring perubahan kebutuhan sumber daya manusia untuk mempertahankan tenaga kerja yang produktif. Kinerja karyawan dalam hal ini merupakan hasil dari sebuah usaha yang kompleks, baik yang berasal dari diri karyawan (*internal factor*), atau upaya strategis dari perusahaan (*eksternal factor*). Seorang karyawan yang mempunyai dasar nilai-nilai yang baik dan luhur, maka akan menumbuhkan budaya kerja yang baik pula, dan hal tersebut menjadikan karyawan melakukan tugasnya secara profesional. Profesionalisme kerja karyawan tidak luput terbentuk dari lingkungan kerja yang kondusif, dan rasa nyaman baik dengan pekerjaan dan atau lingkungan kerja. Dalam sektor perniagaan sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat berharga, oleh karenanya perusahaan atau pelaku usaha bertanggungjawab memelihara kualitas kehidupan serta memberikan pembinaan tenaga kerja supaya mereka memberikan sumbangan optimal dalam mencapai tujuan perusahaan atau pelaku usaha (Prujit 2003).

Pada dasarnya para pekerja ingin diperlakukan sebagai individu yang dihargai di tempat kerja. Hal tersebut akan berbanding lurus dengan kinerja yang bagus jika para pekerja diperlakukan dengan baik di tempat kerjanya. Statment tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wyatt dan Wah terhadap para pekerja di Singapura (Wyatt, Thomas. 2001).

Dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha harus mampu memaksimalkan kepuasan pada pelanggan, karena dasar utama dalam suatu bisnis yaitu menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu jalan yang dapat ditempuh untuk memuaskan pelanggan yaitu dengan cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan. Sehingga konsumen yang merasa puas pada produk yang dibeli atau pelayanan, pasti akan datang kembali lagi. Kotler dalam bukunya menyatakan bahwa ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (P. Kotler 2000).

Tantangan dan peluang bisnis dalam menghadapi globalisasi harusnya setiap perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan, sehingga mampu meningkatkan daya saing dalam pemberian pelayanan. Kepuasan pelanggan dalam hal ini merupakan pendorong utama bagi retensi serta loyalitas pelanggan. Sebagian besar mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan sebagian pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada keputusan pembelian atas dasar kepuasan produk/jasa yang mereka butuhkan (Sofjan 2013). Senada dengan pernyataan Tjiptono dalam bukunya bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat kelebihan yang diharapkan dan pengendalian untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono 2014).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa *service quality* yaitu rangkaian layanan yang diberikan kepada konsumen yang mana dapat mengukur kepuasan konsumen. Jika kualitas layanan yang diterima konsumen baik atau lebih besar dari harapan maka kualitas dapat dikatakan baik dan memuaskan, dan apabila pelayanan yang diberikan rendah maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk. Islam sendiri telah mengajarkan dalam perniagaan baik bidang jasa atau produk, hendaknya seorang pelayanan membarikan pelayanan yang sebaik-baiknya pada konsumennya dan jangan memberikan layanan yang buruk ataupun tidak berkualitas. Hal ini saparti yang telah dijelaskan dalam Al-Quran surah Al Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ
وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya. Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Berdasar pada ayat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Islam telah memberikan konsep dalam memberikan layanan dalam usaha harus

memberikan layanan terbaik dan berkualitas, bukan sebaliknya. Dalam hal ini kepuasan pelanggan terukur dari sejauh mana manfaat sebuah produk yang dirasakan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen sampai pada batas maksimal rasa puas. Bambang Hartono dalam bukunya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan terwujud apabila harga yang tercantum pada produk sesuai dengan kualitasnya dan memberikan manfaat nilai yang lebih dan semua kebutuhan konsumen terpenuhi, serta mendapatkan pelayanan yang dirasa cukup baik (Hartanto 2010).

Apabila setiap perusahaan dan atau pelaku usaha mampu menciptakan rasa puas pada konsumen, maka yang timbul adalah rasa kesetiaan pada pelaku usaha tersebut. Berdasar pada beberapa uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan, dengan melihat pengaruh promosi dan kualitas kinerja karyawan. Untuk itu peneliti memberi judul penelitian dengan judul **Pengaruh Promosi Dan Kualitas Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bento Kopi Tahun 2022).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengangkat beberapa masalah mengenai :

1. Apa saja jenis promosi yang telah dilakukan oleh Bento Kopi.
2. Bagaimana pengaruh promosi yang telah dilakukan Bento Kopi.
3. Bagaimana kualitas kinerja karyawan.
4. Bagaimana kualitas kepuasan pelanggan Bento Kopi.

C. Perumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dirumuskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bento Kopi?
2. Apakah kualitas kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bento Kopi?
3. Apakah promosi, kualitas kinerja karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Bento Kopi?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui promosi, dan kepuasan pelanggan di Bento Kopi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Bento Kopi.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan promosi, kualitas kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan di Bento Kopi.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Supaya memperkaya teori atau konsep ilmu ekonomi syariah, khususnya yang terkait dengan pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap promosi, kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh Bento Kopi dan dapat dijadikan sebagai acuan dasar dalam mengukur kebijakan perbaikan kualitas promosi dan pelayanan di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas masalah serupa di masa yang akan datang, dengan menambahkan variabel penelitian yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Vesilia. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainless. Anugrah Karya Di Kota Batam." *Jurnal Ilmiah Pundi* Vol.02: 169-30.
- Agung, Arif Ferdian. 2018. "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomare Dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Arianty, N. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Ate, Mario Rikonstan. 2021. "Pengaruh Service Quality, Price, Dan Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction." Universitas Sanata Dharma.
- B. Flipppo, Edwin. 2002. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ke. Jakarta: Erlangga.
- Cannon, J. 2018. *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Bandung: Satu Nusa.
- Engel, F. James. Blackwell, Roger, D. Miniard, Paul W. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jilid Satu. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fauzi, Hakam. 2020. "Propektus Bento Kopi." 2020. <https://docplayer.info/185916641-Prospektus-bento-kopi.html>.
- Febriani, Rezki. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)." Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Firmansyah. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam."
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Undip.
- H. Rewold, Stewart. 1996. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Handoko, Bagus. 2017. "Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol.18 No.: 61–72. <https://doi.org/10.24127/jim.v18i1.1693-7619>.
- Hartanto, Bambang. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Husnawati, Ari. 2006. "Analisis Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Dan Kepuasan Kerja Sebagai Intervening Variabel (Studi Pada PERUM Pegadaian Kanwil VI Semarang Universitas Diponegoro Semarang).
- Indah Ayu Pitaloka. 2020. "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Chingu Korean Fan Cafe Yogyakarta." *Skippsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Iqbal, Muhammad. 2019. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Online Grabbike (Studi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)." Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori Dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Juliandi, A., Irfan, dan Marasung, S. 2015. *Metode Penelitian Dan Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Junni Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Karta Jaya, Hermawan dan Syakir Sula, Muhammad. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. E. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. Keller. Kevin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba

- Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013a. *Manajemen Pemasaran Dan Jaja*. Jakarta: Salemba Empat.
- . 2013b. *Menejemen Pemasaran Dan Jaja*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkuprawira dan Hubies. 2017. *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*. Edisi Kedua. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Martoyo, Susilo. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mulyana, L. 2013. *Penilaian Prestasi Kerja: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Pusat Lembaga LPM dan Pustaka Binaman Pressindo,.
- Mursid. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pradana, Widi RH. 2022. “Kedai Kopi Terpadat Di Indonesia.” Kumparan. 2022. <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogyakarta-terpadat-di-indonesia-1ymn5AlDYG/full>.
- Prasetyo, Adi. 2008. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta.” STAIN Surakarta.
- Priyatno, Duwi. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prujit, Hans. 2003. “Performance and Quality of Work Life.” *Work Life*, *Journal of Organizational Change Managemen* Vol. 13: p.389-400.
- Setiadi, Yusuf Wilan dan Wartini, Sri. 2016. “Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening.” *Management Analysis Journal* Vo.4: 315–24. <https://doi.org/ISSN 2252-6552>.
- Siagian, Sondang P. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Singgih, Santoso. 2014. *Statistik Nonparametrik Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Elex Madina Komputer.

- Sofjan, Assauri. 2013. *Strategic Marketing Sustaining Life Time Customer Value*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sukmadinata, Nana Sayodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukmawati. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.” Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suliyanto. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, Bambang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Suryani dan Hendrayadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Cetakan Pe. Jakarta: Kencana.
- Susanti, Deery Anzar. 2016. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah.” *Analytica Islamica* Vol.5, No.: 368–93.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality, Dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- . 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyono dan Pakkanna, M. 2013. *Pengantar Bisnis: Respon Terhadap Dinamika Global*. Edisi Asli. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wyatt, Thomas., and Chay Yue Wah. 2001. “Perception of QWL : A Study of Singaporean Employees Development.” *Management Memo*, p.8-17.