



DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA PADA PT DUMAI AUTO PERKASA

DIMENSIONS OF SERVICE QUALITY IN PT DUMAI AUTO PERKASA

E.Maznah Hijeriah¹, Mesia², Yuhardi³

^{1,2} STIA Lancang Kuning Dumai, ³STIE Tuah Negeri
encik.maznah@gmail.com¹, ijrzier@gmail.com², yudimanajf@gmail.com³

Info Artikel

Article history:

Submitte : 6 Januari 2023

Revisi : 26 Januari 2023

Diterima : 27 Januari 2023

Keywords:

Dimensions

Service Quality

Service

Kata Kunci:

Dimensi

Kualitas Jasa

Pelayanan

Korespondensi Penulis:

E. Maznah Hijeriah

Ilmu Administrasi Niaga

STIA Lancang Kuning Dumai

Email: *encik.maznah@gmail.com*

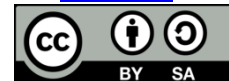
ABSTRACT

PT Dumai Auto Perkasa is a company that provides services for four-wheeled vehicle service in the City of Dumai. In the process of the services provided, it turns out that there are still complaints from the services provided and there are still employees who have not acquired skills. The study uses 5 service dimensions, namely reliability, tangible, responsiveness, assurance and empathy. A sample of 63 people with data analysis used is descriptive statistical analysis with measurement techniques using a Likert scale. The results of the study were categorized as good. This fact was seen from 63 respondents with an overall score of 2,585 with an interval of 1,890 - 2,835 which was at a percentage of 91.18%.

ABSTRAK

PT Dumai Auto Perkasa merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan jasa untuk Service kendaraan roda empat di Kota Dumai. Dalam proses layanan yang diberikan, ternyata masih adanya keluhan dari pelayanan yang diberikan serta masih ada karyawan yang belum mendapatkan keterampilan. Penelitian menggunakan 5 dimensi layanan yaitu kehandalan reliability, keberwujudan tangible, daya tanggap responsiveness, jaminan assurance dan empati empathy. Sampel berjumlah 63 orang dengan analisa data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dengan teknik pengukuran menggunakan skala likert. Hasilnya penelitian dikategorikan baik kenyataan ini dilihat dari 63 responden keseluruhan skor 2.585 dengan interval 1.890 – 2.835 yang berada pada presentase 91,18%.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.





1. PENDAHULUAN

Seiring dengan banyaknya perusahaan yang menawarkan produk atau jasa membuat pelanggan lebih menginginkan pelayanan menjadi lebih baik serta sesuai dengan harapan masyarakat, sehingga masyarakat lebih teliti dan kritis dalam mencari pilihan sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah salah satu usaha dari strategi pemberi layanan untuk mencapai tujuan (Sopyan et al., 2021). Pelayanan merupakan salah satu legalitas yang memberikan hak kepada para pelanggan untuk memperoleh pelayanan yang disesuaikan dengan harapan dan kebutuhan masyarakat, diantaranya membantu menyiapkan dan mengurus keperluan pelanggan yang mempunyai kepentingan pada organisasi (Hijeriah & Yulianita, 2021). Pelayanan juga dapat dijelaskan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu keperluan pelanggan (Erlianti et al., 2021).

Dalam organisasi, administrator diharapkan dapat mencerminkan sifat-sifat memberikan pelayanan yang baik, pengabdian kepada kepentingan umum daripada kepentingan sendiri serta memberikan pengayoman kepada pelanggan dengan harapan supaya pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut Goetsch dan Davis yang dikutip oleh (Tjiptono, 2017) menyatakan bahwa kualitas sebagai suatu kondisi yang dinamis serta berhubungan dengan sebuah produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Agustuna et al. (2021) kualitas adalah sesuatu yang dapat dipilih oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada suatu pengalaman nyata/aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Menurut Garvin (1988) dalam (Tjiptono & Candra, 2016), perspektif atas kualitas bisa dikelompokkan dalam lima kelompok: *transcendental approach*, *product-based approach*, *user-based approach*, *manufacturing-based approach*, dan *value-based approach*. Kelima hal perspektif tersebut yang dapat menjelaskan bagaimana kualitas diterapkan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan.

Moenir (2014) menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses untuk memenuhi kebutuhan melalui aktivitas dari orang lain baik secara langsung. Sementara itu pelayanan adalah berbagai macam tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang prinsipnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dihubungkan atau tidak dihubungkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan bagian perilaku produsen

dalam rangka mendapatkan kebutuhan dan keinginan konsumen demi mencapai kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Pada dasarnya pelayanan yang diberikan pada pelanggan tergantung pada karyawan perusahaan yang memberikan melayani. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan (Yuhardi et al., 2022). Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu, karyawan akan sulit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (Hildawati, Suri, et al., 2022).

Banyaknya perusahaan produk atau jasa menyebabkan semakin ketatnya persaingan disegala bidang. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya (Alexandra & Eriandani, 2022). Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing menguasai pasar. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya dengan penawaran dan pelayanan yang optimal, mengingat perusahaan harus mampu mempertahankan posisinya ditengah persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini.

Hal ini disebabkan karena pelanggan lah yang membeli dan memakai jasa. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Pelanggan setiap waktu selalu menuntut pelayanan jasa yang berkualitas dari perusahaan, meskipun tuntutan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan dan harapan konsumen (Hijeriah & Sofyan, 2022). Untuk mendapatkan kepastian pelayanan yang baik perlu suatu susunan kualitas pelayanan jasa yang jelas.

Dalam kehidupan organisasi perusahaan-perusahaan sesungguhnya memiliki rencana, organisasi dan pengawasan dalam rangka mencapai tujuannya (Wibowo et al., 2022). Namun demikian, keberhasilan suatu organisasi bisa dilihat dari kualitas pelayanan para pegawai dan karyawan dalam memenuhi kepuasan masyarakat atau pelanggan (Hildawati, Suri, et al., 2022). Disisi lain, sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dan mempunyai peran dalam merealisasikan kesuksesan tujuan organisasi dengan segala etos kerja, kecakapan, ketrampilan, dan daya usaha mereka (Hijeriah, 2020). Ketidakmampuan organisasi



dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat atau pelanggan dalam hal ini lebih disebabkan karena adanya kesenjangan jasa yang dinikmati konsumen dengan jasa yang diharapkan konsumen akibat tidak terpenuhinya harapan para pelanggan (Hildawati, Sopyan, et al., 2022).

PT Dumai Auto Perkasa didirikan pada tahun 2016 yang bergerak dibidang jasa perbaikan dan perawatan kendaraan roda empat dan truck di kota Dumai. PT Dumai Auto Perkasa juga memiliki Surat izin usaha perdagangan nomor SIUP/BTPM/PM/172/VIII/2016 dan nomor NPWP 76.900.513.3-212.0000 atau dengan akta pendirian no 37. Adapun jasa yang ditawarkan PT Dumai Auto Perkasa adalah jasa perbaikan mobil beroda empat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I. Jasa yang ditawarkan dalam pelayanan claim mobil tahun 2021

No	Jenis Jasa	Jumlah Konsumen		
		2017	2018	2019
1	Service Ringan	169	183	129
2	Body Repair	641	704	771
Total		810	887	900

Sumber : PT Dumai Auto Perkasa Tahun 2022

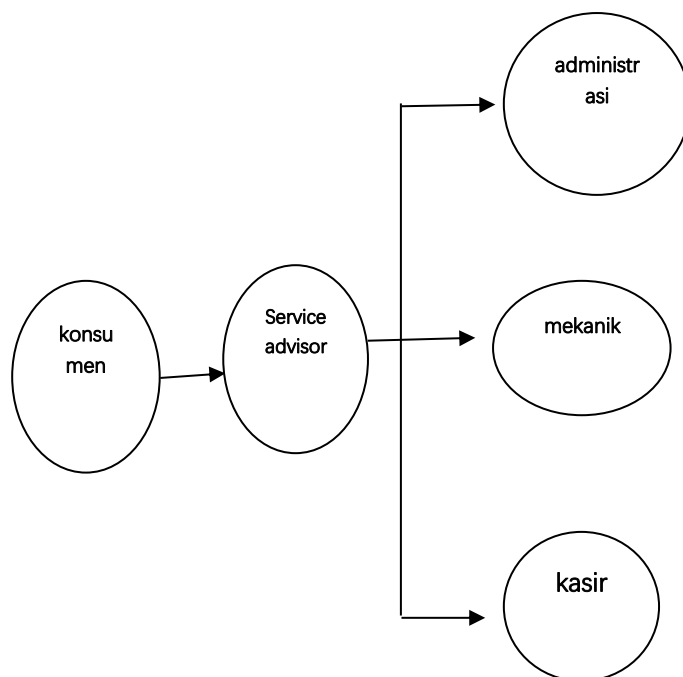
PT Dumai Auto Perkasa tidak memberikan batasan dan tidak memberikan perbedaan atas kelas mobil yang masuk, semua pelanggan di layani dengan hak-hak prosedur yang sama. Saat ini terdapat 2 (dua) alternatif pilihan dalam memperbaiki mobil, yaitu "Bengkel Body Repair" dan "Bengkel Ketok". Masing-masing bengkel memiliki cara serta metode perbaikan yang berbeda, seperti bengkel ketok menggunakan metode "Ketok Halus" dan bengkel pada body repair dengan cara metode "Ketok Las" dalam membenarkan body atau chassis mobil yang rusak.

Diantara metode memiliki berbagai macam kelebihan serta kekurangan, namun pada dasarnya kedua metode tersebut bertujuan pada arah yang sama yaitu memperbaiki body-chassis agar dapat bisa di rekondisi seperti sebelumnya. Dari tahapan proses perbaikan tersebut dari body maupun chassis, hasil terakhir sangat tergantung pada pengalaman atau keahlian dari para pekerjaan dan cara perbaikan yang dilakukan.

Menggabungkan dari kemampuan cara serta metode perbaikan ketok halus dan metode ketok las adalah improvisasi dari perusahaan dalam memperoleh hasil maksimal dari proses perbaikan pada setiap mobil pelanggan. PT Dumai Auto Perkasa yakin atas dua

metode dimaksud saling mendukung secara bersamaan pada setiap proses perbaikan body maupun chassis kendaraan. Adapun Mekanisme pelayanan pada PT Dumai Auto Perkasa yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 1. Mekanisme pelayanan



Sumber : PT Dumai Auto Perkasa, 2021

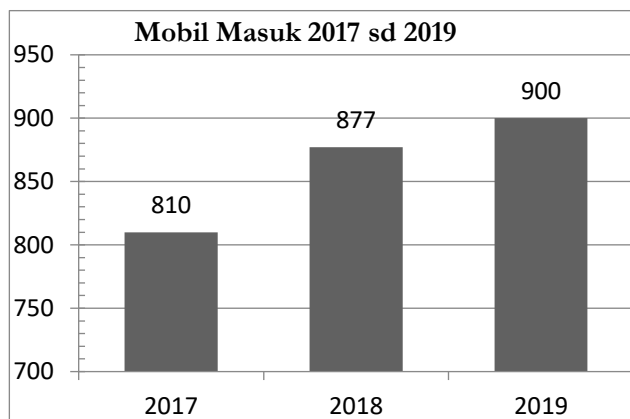
Pelayanan yang berkualitas juga digambarkan dari kepercayaan yang didapat perusahaan dari pelanggan. Kemampuan dari setiap karyawan PT Dumai Auto Perkasa dalam memberikan suatu pelayanan yang terbaik dan tepat waktu kepada pelanggan akan memberikan timbal balik yaitu mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Adapun Syarat-syarat dalam claim mobil, yaitu dokumen mobil dan Kartu Tanda Penduduk (KTP). Temuan observasi, ditemukan adanya keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diterima dan diberikan oleh PT Dumai Auto Perkasa yang menjadikan pelayanan yang diberikan belum dapat dikatakan berkualitas.

Untuk melihat peningkatan mobil yang masuk pada tahun 2017 sd 2019 dapat tergambarkan pada gambar berikut ini :



Gambar 2. Perkembangan Pelayanan Mobil pada PT Dumai Auto Perkasa tahun 2017 sd 2019



Sumber : PT Dumai Auto Perkasa, 2020

Berdasarkan uraian diatas maka penulis berminat untuk meneliti lebih jauh atas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dalam penelitian dengan judul “Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT Dumai Auto Perkasa”.

2. METODE

Penelitian kuantitatif dilaksanakan dengan populasi dan sampel adalah seluruh karyawan, pelanggan di PT Dumai Auto Perkasa. Dengan teknik pengambilan sampel karyawan digunakan metode sampling jenuh (Afrizal, 2018) , sedangkan untuk konsumen digunakan metode sampling incidental dengan total 63 responden. Jenis data yang digunakan dipenelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2007). Adapun teknik pengumpulan data yaitu kuesioner (angket) dan interview (wawancara). Analisa data pada penelitian ini menggunakan statistic deskriptif (Usman & Akbar, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keandalan / *Reliability*

Keandalan merupakan kesanggupan dari perusahaan untuk memberikan layanan yang diharapkan secara cepat dan tepat. Pelayanan yang diharapkan dapat dimaknai sebagai hasil kerja layanan yang tepat waktu, minim dari kesalahan serta mampu memberikan simpati yang penuh kepada keinginan pelanggan. Pada PT Dumai Auto Perkasa didalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan secara cepat agar menciptakan pelayanan yang baik.

Setiap melakukan kegiatan pelayan perusahaan harus mempunyai standar pelayanan yang jelas. Standar

pelayanan adalah tolak ukur yang dipakai sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan pelayanan. Pelaksanaan pelayanan yang dilakukan PT Dumai Auto Perkasa haruslah memiliki standar pelayanan yang jelas. Hal tersebut guna untuk mempermudah konsumen untuk mendapatkan informasi.

Memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan PT Dumai Auto Perkasa. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan pada saat pelanggan membutuhkan informasi mengenai perbaikan mobil. Karyawan harus mempunyai kemampuan untuk menyampaikan informasi yang jelas. Sehingga konsumen tertarik dan merasa nyaman dari pelayan yang diterima.

2. Keberwujudan / *Tangible*

Keberwujudan merupakan keahlian perusahaan dalam mewujudkan keberadaannya kepada pihak eksternal. Upaya yang dilakukan tentunya dengan melengkapi sarana dan prasarana dari perusahaan serta memperbaiki lingkungan sekitar. Hal ini sebagai wujud dari pelayanan yang diberikan dan diterapkan oleh perusahaan. Adapun fasilitas fisik yang disiapkan seperti Gedung, Gudang, teknologi bahkan seragam dan tampilan pemberi layanannya.

Sarana dan prasarana bagian dari hal yang sangat penting untuk mendukung kelancaran aktivitas pada PT Dumai Auto Perkasa guna mencapai tujuan suatu organisasi. Dimana sarana dan prasarana merupakan fasilitas yang dapat dilihat serta di gunakan oleh karyawan PT Dumai Auto Perkasa dalam menyelesaikan tugas. Sarana dan prasarana pada PT Dumai Auto Perkasa merupakan salah satu faktor penunjang dalam melakukan kegiatan pelayanan.

PT Dumai Auto Perkasa menyediakan Layanan keluhan konsumen, keluhan konsumen adalah ketidakpuasan yang dirasakan konsumen terhadap jasa yang diterima. Ketidakpuasan konsumen tidak dapat diabaikan, tidak mengindahkan hal tersebut konsumen akan merasa tidak dihargai dan tidak diperhatikan oleh perusahaan.

Tempat yang nyaman yang disediakan organisasi akan mampu membuat konsumen menjadi nyaman. Kenyamanan yang diberikan organisasi akan membuat konsumen bertahan dan tetap menggunakan jasa tersebut. PT Dumai Auto Perkasa menyediakan tempat yang nyaman untuk konsumen.

3. Tanggap / *Responsiveness*

Tanggap diwujudkan dalam sebuah sikap peduli dari perusahaan untuk melayani secara cepat, menyediakan informasi yang jelas berkaitan dengan



layanan yg diberikan. Upaya pemberian layanan yg cepat dan sesuai dengan keinginan konsumen tentunya akan mengurangi anggapan konsumen terhadap layanan yang diberikan. PT Dumai Auto Perkasa memberikan pelayanan tepat waktu kepada konsumen, pelayanan tersebut dilakukan untuk memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada konsumen. PT Dumai Auto Perkasa melayani konsumen tepat waktu sebagai upaya menjaga loyalitas perusahaan.

Setiap organisasi dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik, cepat dan tepat dalam merespon keluhan konsumen. Jika organisasi mampu melayani atas apa yang telah ditetapkan sesuai dengan standar pelayanan, maka pelayanan yang diberikan organisasi tersebut telah bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Respon setiap keluhan konsumen, Setiap Masing-masing individu memiliki berbagai sifat yang berbeda-beda. Begitu pula saat mereka mengeluhkan sebuah jasa yang mereka terima. Perusahaan harus mampu merespon setiap keluhan konsumen, setiap keluhan yang diterima guna untuk membenahi Pelayanan yang salah.

4. Jaminan / assurance

Jaminan diwujudkan dari kemampuan perusahaan untuk memberikan rasa percaya terhadap proses layanan yang diberikan. Hal ini tentunya didukung oleh komunikasi yang baik, kredibilitas, karyawann yg berkompeten dalam melayani serta adanya sopan santun kepada pelanggan yang terus diterapkan. PT Dumai Auto Perkasa harus mampu memberikan jaminan kepastian waktu kepada konsumen dalam melakukan kegiatan pelayanan, hal tersebut guna untuk memastikan setiap kegiatan sesuai dengan prosedur yang telah dijanjikan

Selain informasi tentang waktu pelayanan hingga selesainya pelayanan yang diberikan, kejelasan akan biaya pelayanan kepada konsumen juga sangat penting diketahui. Besar kecilnya biaya yang dibutuhkan dalam melakukan pelayanan harus diinformasikan kepada konsumen secara transparan.

Setiap informasi karyawan harus mampu menjelaskan kepada konsumen, baik informasi mengenai waktu maupun biaya. Konsumen berhak mengetahui setiap informasi yang berhubungan dengan waktu dan biaya, hal tersebut untuk menghindari terjadinya kesalahan pemahaman.

5. Empati / empathy.

Empati diwujudkan dalam upaya perusahaan untuk memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan melalui petugas pelayanan yang memahami

keinginan dan keluhan pelanggan, sehingga pelanggan yang menerima jasa layanan dari perusahaan merasa senang dan nyaman. Pemberi pelayanan mendahulukan kepentingan konsumen dengan menyediakan apa yang menjadi kebutuhan konsumen dalam melakukan pelayanan. Apa yang menjadi kebutuhan konsumen maka hal tersebut menjadi kewajiban bagi penyedia pelayanan. Ketersediaannya pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan masyart akan menciptakan kondisi pelayanan yang mudah dilaksanakan dan memiliki hasil pelayanan yang baik.

Konsumen mempunyai sikap dan perilaku berbeda dalam menyikapi masalah, maka perlu diperhatikan dan dipahami dengan baik. PT Dumai Auto Perkasa harus memiliki cara sendiri yang dapat menjadikan patokan dalam memberikan pelayanan pada konsumen, karena sikap yang tidak baik akan mempengaruhi terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk itu PT Dumai Auto Perkasa harus mampu memberikan pelayanan yang ramah dan tamah.

Konsumen dengan berbagai status sosial dan ekonomi yang berbeda-beda memiliki kebutuhan yang sama dalam urusan perbaikan mobil. Untuk memperoleh pelayanan tentunya status sosial ekonomi bukan merupakan acuan perlakuan oleh petugas pelayanan. Sehingga status sosial tidak boleh dijadikan prioritas dalam pemberian pelayanan.

Pelayanan yang diberikan pada konsumen tidak membedakan status ekonomi dan sosial masyarakat yang melakukan pengurusan berbagai kebutuhan. Oleh karenanya pelayanan tidak boleh didasarkan pada status ekonomi atau status sosial karena pada dasarnya setiap konsumen memiliki kesamaan hak.

Untuk melihat Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa di PT Dumai Auto Perkasa, dapat dilihat dari beberapa indikator. Lebih jelasnya melakukan penyebaran angket yang dapat memberikan jawaban atas penelitian yang dilakukan. Dimana 5 (lima) indikator dalam dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu : kehandalan reliability, keberwujudan tangible, daya tanggap responsiveness, jaminan assurance dan empati empathy. Maka dapat penulis simpulkan bahwa analisis dimensi kualitas pelayanan jasa dapat dikategorikan baik. Kemudian untuk lebih jelasnya diperoleh hasil rekapitulasi atas tanggapan responden dijelaskan dalam rekapitulasi data terlihat pada tabel berikut :

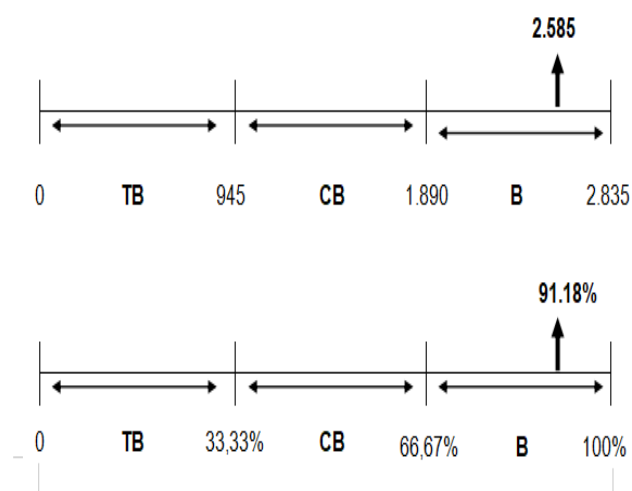


Tabel 2. Rekapitulasi Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

No	Indikator	Jumlah Skor
1	Kehandalan / <i>Reliability</i>	527
2	Keberwujudan / <i>Tangible</i>	504
3	Daya tanggap / <i>Responsiveness</i>	514
4	Jaminan / <i>Assurance</i>	520
5	Empati / <i>Empathy</i>	520
Total Skor		2.585

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2021

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa indikator pertama yaitu kehandalan reliability diperoleh dengan skor 527, indikator kedua yaitu keberwujudan tangible diperoleh dengan skor 504, indikator ketiga yaitu daya tanggap responsiveness diperoleh dengan skor 514, indikator keempat yaitu jaminan assurance diperoleh dengan skor 520, dan indikator kelima yaitu empati empathy diperoleh dengan skor 520. Untuk lebih jelasnya digambarkan pada kontinum dibawah ini:



Berdasarkan garis kontinum di atas dapat di jelaskan bahwa tanggapan responden dapat di kategorikan baik dengan total skor 2.585 rentang 1.890 – 2.835 yang berada pada presentase 91,18%.

4. KESIMPULAN

Dari temuan penelitian terlihat bahwa dimensi Kualitas Pelayanan Jasa pada PT Dumai Auto Perkasa berada pada kategori Baik. Hal ini terlihat dari jawaban seluruh responden diperoleh skor 2.585 atau (91,18%).

Disarankan kepada pimpinan perusahaan untuk lebih memusatkan perhatiannya kepada konsumen atau calon konsumen yang berminat menggunakan jasa perusahaan tersebut yaitu Sebaiknya Pimpinan perusahaan agar dapat meningkatkan Penampilan dan kemampuan perusahaan dalam menyediakan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya, sehingga tidak menjadi kendala dalam memberi pelayanan dan melakukan aktivitas perusahaan. Sebaiknya Pimpinan PT Dumai Auto Perkasa agar dapat memperhatikan karyawan dalam memberikan pelayanan harus cepat/responsive dan tepat kepada konsumen.

5. REFERENSI

- Afrizal, D. (2018). Analisis Kinerja Birokrasi Publik pada Dinas Sosial Kota Dumai. *SOROT*, 13(1), 53–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.31258/sorot.13.1.5655>
- Agustuna, Ellyawati, N., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2).
- Alexandra, C., & Eriandani, R. (2022). Pengaruh Kekuatan Pasar Dan Persaingan Industri Terhadap Hubungan Tata Kelola Perusahaan Dan Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 21(1), 30–46.
- Erlianti, D., Hijeriah, E. M., & Adriani, W. (2021). Analisis Pelayanan Publik Dalam Pengambilan Barang Bukti Tilang Pada Kantor Kejaksaan Negeri Dumai. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin (JUKIM)*, 1(6), 56–64.
- Hijeriah, E. M. (2020). Produktivitas Kerja Pada PT. Jaya Gemilang Sukses. *Jurnal Ekonomika*, 4(2), 120–125.
- Hijeriah, E. M., & Sofyan. (2022). Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 2(1), 29–34.
- Hijeriah, E. M., & Yulianita. (2021). Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 1(2), 8–13.
- Hildawati, H., Suri, D. M., Afrizal, D., & Erlianti, D. (2022). Evaluasi Kualitas Pelayanan RSUD Kota Dumai Terhadap Pengguna Kartu BPJS



Kesehatan Menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat. *Publika*, 8(2), 224–239.
[https://doi.org/10.25299/jiap.2022.vol8\(2\).10577](https://doi.org/10.25299/jiap.2022.vol8(2).10577)

- Hildawati, Sopyan, Suri, D. M., & Adianto. (2022). CSR, Perusahaan Publik, Dan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(2), 144–151.
- Moenir, H. A. S. (2014). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Cet.10). Bumi Aksara.
- Sopyan, Dewi, S., & Hafrida, L. (2021). Kinerja Pegawai Kantor Pengawasan Dan Pelayanan Bea Dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya Bapean B Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak*, 1(2), 14–18.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (4th ed.). Andi.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Akasara.
- Wibowo, T. S., Tannady, H., Erlianti, D., Setiadi, R., & Suparman. (2022). Analisis Peran Kompensasi Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Foodpedia Group. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(1), 924–930.
- Yuhardi, Y., Sari, T. V., & Afrizal, D. (2022). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mayang Suri Hotel. *Ekonomika*, 6(1), 123–130.
<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1003>