



**PENGARUH *PEOPLE*, *PROCES* DAN *PHYSICAL EVIDENCE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BADAN USAHA MILIK
DESA KARYA MANDIRI DESA BALUNG KULON**

Siti Aisyah¹, Maheni Ika Sari², Haris Hermawan³

Universitas Muhammadiyah Jember^{1,2,3}

asniachil43@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *people*, *proces* dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *people* terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) untuk hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *process* terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026 ($p < 0,05$) dan untuk hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *people*(X_1), *procces*(X_2) dan *physical evidence* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon.

Kata Kunci : *People, Process, Physical Evidence* dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of people, processes and physical evidence on consumer satisfaction at the Karya Mandiri Village Owned Enterprise, Balung Kulon Village. The research method used is quantitative method. The results of testing the first hypothesis (H1) show that there is a significant influence between people on consumer satisfaction with a significance level of 0.000 ($p < 0.05$) for the second hypothesis (H2) indicating that there is a significant influence between the process on consumer satisfaction and the level of significance. of 0.026 ($p < 0.05$) and for the third hypothesis (H3) shows that there is a significant influence between physical evidence on consumer satisfaction with a significance level of 0.000 ($p < 0.05$). Thus it can be concluded that the variables people(X_1), procces(X_2) and physical evidence (X_3) together have an effect on consumer satisfaction (Y) in the Karya Mandiri Village Owned Enterprise, Balung Kulon Village.

Keywords : *People, Process, Physical Evidence and Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja dengan hasil yang diinginkan (Kotler, 2005). Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa amat puas. Oleh karena itu, badan usaha harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga mencapai kepuasan masyarakat dan lebih jauh lagi kedepannya dapat dicapai kesetiaan masyarakat. Sebab, bila tidak dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat sehingga menyebabkan ketidakpuasan masyarakat mengakibatkan kesetiaan masyarakat akan suatu produk menjadi luntur dan beralih ke produk atau layanan yang disediakan oleh badan usaha yang lain (Kotler, 2007). *Marketing mix* merupakan salah satu strategi yang biasa digunakan dalam pemasaran jasa. Hurriyati (2005:48), mengemukakan bahwa dalam konsep bauran pemasaran tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Seiring perkembangan zaman, bauran pemasaran berkembang menjadi 7 faktor dimana 3 faktor tambahannya itu berupa *people*, *physical evidence* serta *process*. Dengan penyempurnaan bauran pemasaran tersebut, diharapkan pebisnis dapat menyusun strategi yang berguna untuk memenangkan persaingan. Secara rinci bauran pemasaran (7P) adalah sebagai berikut: *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *physical evidence* serta *process*. *People* (orang), faktor tersebut dalam pelayanan pemasaran sangat penting kedudukannya, sebab bagaimanapun juga pelayanan pemasaran yang bermutu perlu ditunjang adanya karyawan-karyawan atau pelaku usaha yang profesional. Pernyataan tersebut setidaknya mendukung pendapat Tjiptono (2006:32), bahwa *people* (kemampuan karyawan) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran karena didalam industri jasa setiap orang (karyawan) merupakan "*parttime marketer*". Setiap organisasi jasa yang memiliki tingkat kontak tinggi dengan pelanggan harus jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan. Fasilitas fisik (*physical evidence*) yang memadai, baik dari segi kecanggihan, kebersihan dan lain sebagainya adalah hal yang sangat penting dalam kualitas pelayanan. Sebab kondisi tersebut juga ikut menentukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan pelaku usaha. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Yazit (2005:20) yang menyatakan jasa bersifat *intangible* sehingga sulit untuk dievaluasi, maka bukti fisik memberikan tanda-tanda, misalnya kualitas jasa. Lupiyoadi (2001:158) juga mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang

bermutu yang ditunjukkan kepemilikan perusahaan dari unsur *tangibles* (fasilitas fisik) merupakan salah satu aspek yang menentukan kepuasan pelanggan. Pembangunan ekonomi daerah yang kuat dan berkelanjutan menurut Satria (2009) merupakan sebuah kolaborasi yang efektif antara pemanfaatan sumberdaya yang ada, masyarakat dan pemerintah. Menurut Undang-Undang No 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang dimaksud dengan Otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Salah satu kebijakan otonomi daerah adalah pemerintah daerah memberikan keleluasaan bagi masing-masing desa mengembangkan potensi yang ada pada masing masing desa untuk menambah pendapatan desa dan melindungi usaha masyarakat desa dari ancaman pemodal besar. Salah satunya dengan mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagaimana amanat UU No. 6 Tahun 2014 tentang tentang Desa dimaksudkan untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Pendirian BUMDes merupakan perwujudan dari pengelolaan ekonomi produktif desa yang dilakukan secara kooperatif, partisipatif, emansipatif, transparansi, akuntabel, sustainable. Dalam penelitian ini peneliti hanya akan memfokuskan penelitian pada tiga unsur saja, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses) sebab menurut pengamatan peneliti tiga unsur tersebut merupakan unsur fundamental yang perlu mendapat perhatian lebih dari pihak BUMDes Karya Mandiri. Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Karya Mandiri yang terletak di Desa Balung Kulon. Pembentukan unit – unit usaha di Bumdes Karya Mandiri di dasarkan pada peta konsep yang telah di buat dalam penggalian potensi. Unit – unit tersebut yaitu unit usaha kerajinan dan unit usaha pengolahan sampah. Terjadi peningkatan pendapatan pada BUMDES Karya Mandiri di unit usaha kerajinan pada tahun 2018 dengan jumlah Rp. 45.258.300, meningkat pada tahun 2019 dengan jumlah Rp. 124.020.500. Begitupula pada unit Pengolahan Sampah mengalami penurunan, dimana pada tahun 2018 dengan jumlah Rp 2.693.500, menurun pada tahun 2019 menjadi Rp.1.435.000. Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk meneliti apakah *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon.

KAJIAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja dengan hasil yang diinginkan (Kotler, 2005). Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa amat puas. Sedangkan menurut Jacobalis (Suryo, 1998) menyatakan bahwa kepuasan adalah rasa lega atau senang karena harapan tentang sesuatu terpenuhi. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2011). Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan yang penting dari sebuah bisnis. Kepuasan ini dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan yang diinginkan oleh konsumen dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri atas suatu produk atau jasa yang ia gunakan.

People

People yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan layanan, merupakan bagian penting untuk membangun kepuasan, bahkan loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan *people* yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan (Grewal dan Levy, 2010). Orang (*people*) adalah semua orang yang memainkan peranan dalam penyajian layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2006:26). Orang (*people*) juga dapat didefinisikan sebagai tenaga kerja yang dimiliki suatu perusahaan yang sering disebut karyawan, karyawan sangat berperan penting dalam perusahaan jasa karena terlibat langsung menyampaikan produk ke pelanggan (Lupiyoadi, 2009:70).

Selain itu, orang (*people*) didefinisikan juga sebagai semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari "*people*" adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service counter*) (Hurriyati, 2005:62). Elemen *People* memiliki 2 aspek, yaitu 1) *Service People*, dapat dilihat dari pelayanan baik, cepat, ramah, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan

pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan, 2) *Customer*, berkaitan dengan hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada pelanggan lain, tentang kualitas layanan yang pernah didapatnya dari perusahaan (Hurriyati, 2005:62).

Process

Menurut Payne (2008, p.31), menyatakan bahwa *process* adalah “menciptakan dan memberikan jasa kepada konsumen, merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran.” Pada ekonomi manajemen jasa, pelanggan akan memandang sistem pemberian jasa tersebut sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Semua kegiatan pekerjaan adalah bagian dari suatu proses. Proses ini dapat meliputi berbagai mekanisme yang ada, seperti: adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas. Sedangkan menurut Kotler (2009), proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan (order) hingga akhirnya konsumen mendapatkan apa yang diinginkan. Proses sendiri didefinisikan Hurriyati (2005:64) merupakan semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk. Menurut Yazit (2005:20), elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Proses-proses meliputi rangkaian kegiatan atau mekanisme yang menunjukkan tingkatan keterlibatan konsumen selama proses jasa berlangsung.

Physical Evidence

Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk dalam *physical evidence* antara lain lingkungan fisik dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya. Selain itu suasana dari perusahaan yang menunjang seperti visual, aroma, suara, tata ruang, dan lain-lain (Hurriyati, 2005:64). Menurut Lupiyando, Rambat dan Hamdani (2009:71) *Physical Evidence* adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen.

Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Setianto Yulis Dendi (2019), menunjukkan bahwa secara simultan menunjukkan bahwa *people*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan secara parsial menunjukkan bahwa variable *physical evidence* secara signifikan paling berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya Sigi dkk (2017): Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara *people* terhadap kepuasan atas pelayanan pada RS Siti Rahmah. Peneliti menyarankan agar RS Siti rahmah meningkatkan pelayanan berupa peningkatan tenaga medis agar dapat menciptakan kepuasan atas pelayanan pada RS Siti Rahmah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kuantitatif. Data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon. Sampel yang digunakan sebanyak 90 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling* serta alat analisa yang digunakan adalah regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

Metode analisa yang digunakan dengan angka yang dapat dihitung maupun diukur merupakan analisis kuantitatif. Dengan memperkirakan besarnya pengaruh yang terjadi secara kuantitatif dan memberikan perubahan. Tahap yang dilakukan dalam pengolahan data yakni sebagai berikut :

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Semua item pernyataan variabel dinyatakan *tangible* dan *reliability*. Yang digunakan sebagai alat ukur yang dinyatakan valid dan reliabel.

Regresi Linear Berganda

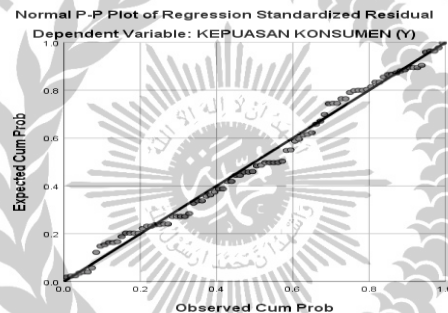
Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

No.	Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
1.	Konstanta	8,084	2,178	0,032
2.	<i>People</i> (X1)	0,564	4,301	0,000
3.	<i>Process</i> (X2)	0,362	2,267	0,026
4.	<i>Physical Evidence</i> (X3)	0,659	7,695	0,000

Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas



Setelah dilakukan pengujian ternyata semua data terdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Hasil Uji Multikolonieritas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolonieritas

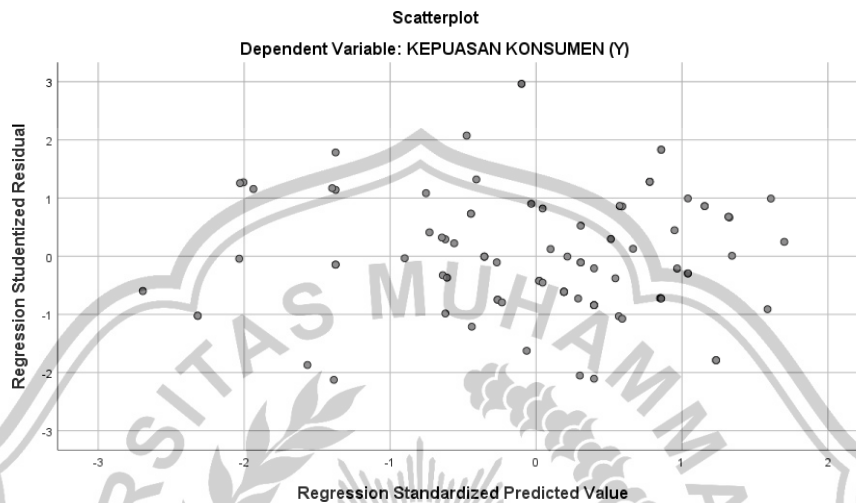
No.	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
1.	<i>People</i> (X1)	0,309	3,237
2.	<i>Process</i> (X2)	0,246	4,072
3.	<i>Physical Evidence</i> (X3)	0,673	1,485

Menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 10% yang

berarti tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, ternyata titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. hal tersebut berarti bahwa tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745 ^a	.555	.540	1.597	2.066
a. Predictors: (Constant), PHYSICAL EVIDENCE (X3), PEOPLE (X1), PROCESS (X2)					
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)					

Dapat dilihat bahwa hasil uji autokorelasi yang dilakukan dengan metode Durbin-Watson menghasilkan nilai d hitung 2,066. Berdasarkan tabel Durbin-Watson dengan jumlah sampel 90 (n=90) dan variable independen sebanyak 3 (k=3).

Uji Hipotesis

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis

No	Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t _{hitung}	t _{tabel}	Keterangan
1.	<i>People</i>	0,000	0,05	4,301	1,987	Signifikan
2.	<i>Process</i>	0,026	0,05	2,267	1,987	Signifikan
3.	<i>Physical Evidence</i>	0,000	0,05	7,695	1,987	Signifikan

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

No.	Kriteria	Koefisien
1.	<i>R</i>	0,745
2.	<i>Square</i>	0,555
3.	<i>adjusted R Square</i>	0,540

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Balung Kulon, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Desa Balung Kulon pada tanggal 20 Agustus 2016 mendirikan Badan Usaha Milik Desa atau yang sering disebut BUMDesa dan diberi nama “KARYA MANDIRI”. Dengan didirikannya BUMDesa KARYA MANDIRI tersebut kedepannya diharapkan mampu memanfaatkan potensi dan aset desa untuk membangun kesejahteraan warga desa Balung Kulon, karena bukan lagi program „*topdown*” atau paket program dari pemerintah daerah atau pusat, melainkan pembangunan desa yang digerakkan oleh kekuatan warga. Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Karya Mandiri yang terletak di Desa Balung Kulon. Pembentukan unit – unit usaha di Bumdes Karya Mandiri di dasarkan pada peta konsep yang telah di buat dalam penggalian potensi. Unit – unit tersebut yaitu unit usaha kerajinan dan unit usaha pengolahan sampah.

Penelitian yang dilakukan oleh Setianto Yulis Dendi (2019), menunjukkan bahwa secara simultan menunjukkan bahwa *people*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan secara parsial menunjukkan bahwa variable *physical evidence* secara signifikan paling berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Sanjaya Sigi dkk (2017): Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara *people* terhadap kepuasan atas pelayanan pada RS Siti Rahmah. Peneliti menyarankan agar RS Siti rahmah meningkatkan pelayanan berupa peningkatan tenaga medis agar dapat menciptakan kepuasan atas pelayanan pada RS Siti Rahmah.

Hasil Penelitian yang telah dilakukan membuktikan hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *people* terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) untuk hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *process* terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026 ($p < 0,05$) dan untuk hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *people*(X_1) , *procces*(X_2) dan *physical evidence* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa *People*, *Proces* dan *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Badan Usaha Milik Desa Karya Mandiri Desa Balung Kulon.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan, 2014. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi, Cetakan ke 13. Jakarta: Penerbit PT. Rajagrafindo Persada
- Fauzi dan Maulana. (2015). Pengaruh Physical Evidence dan Proses terhadap Loyalitas anggota pada Koperasi Pondok Pesantren Baetur Rahman Kabupaten Bogor. Jurnal Visionida, Volume 1(1), 60-71.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Hurriyati, Ratih, 2010. Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). United States of America : Pearson
- Marsono, M. (2020). PENGARUH PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE, PRODUCT, PROMOTION, PRICE DAN PLACE TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN DI KAFE ITS MILK CILACAP. AmaNU:

- Nugroho dan Japariato. (2013). Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price Dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan Di Kafe Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 1(2), 1-9.
- Sandria. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA KAMPOENG RADJA DI KOTA JAMBI. *Journal Development*, Volume 7(1), 60-69.
- Sanjaya dan Yulianty. (2017). PENGARUH PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN ATAS PELAYANAN PADA RUMAH SAKIT SITI RAHMAH KOTA PADANG. *UNES Journal Of Social and Economics research*, Vol 2(1), 58-64.
- Senaen dan Tambuan. (2015). Pengaruh People, Proses, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Volume 3 (1), 2460.
- Setianto, dkk. (2020). PENGARUH PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT KERETA COMMUTER INDONESIA (KCI). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, Volume 22(2), 234-242
- Sugiyono. (2012). metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta
- Wibisono. (2014). Pengaruh Price, People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Brand Image. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 4 (2), 156454.

