
**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Pengunjung Cahaya Lifestyle Departement Store BG
Junction Surabaya**

Ida Bagus Cempena
Cindy Chintia Rossy
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Pada prinsipnya setiap perusahaan yang akan menjual produk-produknya (barang/jasa) selalu dihadapkan dengan teknik penjualan yang memuaskan, sehingga barang yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Sedangkan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan kinerja terpenting perusahaan bagi kepuasan konsumen yang meliputi berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Cahaya Lifestyle Departement Store BG junction Surabaya harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, agar konsumen merasakan kepuasan sebagaimana yang dirasakan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengunjung Cahaya Lifestyle Departement Store BG Junction Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan alat uji analisis seperti uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, analisis korelasi dan analisis determinasi. Sedangkan untuk pengujian hipotesis, peneliti menggunakan uji F dan uji t. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, pada uji hipotesis diketahui bahwa kualitas layanan terdiri dari variabel Berwujud (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4) Dan Empati (X5) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengunjung cahaya lifestyle department store BG junction Surabaya yaitu sebesar $F_{hitung} 83,337 > F_{tabel} 2,311$ dan kualitas layanan terdiri dari variabel Berwujud (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4) Dan Empati (X5) juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pengunjung cahaya lifestyle department store BG Junction Surabaya yaitu sebesar $X1 = 2,692$, $X2 = 3,085$, $X3 = 6,902$, $X4 = 4,301$ dan $X5 = 3,105$. Faktor kualitas layanan yang paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengunjung cahaya lifestyle department store BG Junction Surabaya adalah variabel ketanggapan.

Keyword : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang

memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (Setiawan, Sukoco, Dhaniarti, & Hasyim, 2017). Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing

dan menguasai pasar (Atmawati dan wahyuddin, 2007:2).

Industri retail yang berkembang pada jaman ini beragam dan dapat diklasifikasikan dalam banyak cara, sebagai contoh retail retail dapat dikelompokkan sesuai dengan aktivitas penjualan barang : 1) Retail Kecil di gambarkan sebagai retailer yang berpenghasilan dibawah 5 juta pertahun. Pemilik retail pada umumnya bertanggung jawab penuh terhadap seluruh penjualan dan manajemen. Biasanya kebanyakan pemilik toko pada bisnis retail kecil ini dimiliki oleh secara individu. 2) Retail Besar ini dikuasai oleh organisasi besar. Organisasi tersebut meliputi : Departemen Store – Chain Organization (Organisasi Berantai), Supermarket, Catalog Store, Warehouse, Outlet dan Online Stor(Kurniawan & Alimudin, 2015)e.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Kualitas pelayanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Dengan demikian yang dimaksud kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri konsumen. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan oleh Zeithaml, Berry Dan Parasuraman (1985) dalam buku zulian yamit (2013:10) yang terdiri dari berwujud (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy).

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaiknya kekecewaan pelanggan dalam memberikan pelayanan

bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukakn dengan langkah-langkah pelayanan yang optimal bagi pelanggan. Selain itu perubahan lingkungan persaingan dapat mengakibatkan perilaku konsumen, pendapatan masyarakat secara perlahan-lahan bertambah, pengembangan pedidikan, kemajuan teknologi, pengaruh hubungan social yang semakin luas adalah beberapa faktor yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku konsumen. Berhasil atau tidaknya suatu usaha dapat menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan manajemen dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Berbagai perubahan tersebut diharapkan menciptakan kepuasan pelanggan (Wajdi, Ummah, & Sari, 2017).

Cahaya Lifestyle *Department Store* BG Junction Surabaya merupakan toko retail fashion yang tergabung dalam group Ramayana *Department Store* dan PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk sebagai pemiliknya. Cahaya Lifestyle *Departement Store* BG Junction Surabaya adalah toko ketiga setelah Cahaya Bintaro (Jakarta) dan Cahaya Tamini Square (Jakarta) yang merupakan store retail pengembangan dari Ramayana *Departement Store*. Cahaya Lifestyle *Departement Store* BG Junction Surabaya mulai terbuka untuk umum pada tanggal 22 september 2006 dan berlokasi di gedung BG Junction dengan alamat Jl. Bubutan No 1-7 Surabaya di lantai LG (*Lower Ground*) dan dikembangkan kembali atau diperluas di lantai UG (*Upper Ground*) pada bulan Februari 2016. Luas area Cahaya Lifestyle *Departement Store* BG Junction saat ini adalah seluas 7.600 m²

dengan menjual berbagai macam produk-produk fashion untuk wanita, pria, anak-anak, sepatu & sandal serta tas. Cahaya Lifestyle *Departement Store* memiliki harapan untuk bisa mengambil share market untuk semua kalangan dari kalangan bawah hingga kalangan menengah keatas dengan pemawaran berbagai macam produk, diskon dan harga-harga khusus.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas

Menurut American Society For Quality Control (Kotler 2000:57) Dalam Buku Fajar Laksana (2008:89) Dalam Mayantoko (2013) menyebutkan bahwa kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk. Kemudian menurut Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller (2007:180) Dalam Rahmatriana (2013) kualitas adalah seluruh fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Pelayanan

Menurut Kotler (dalam Lukman 2008:8) dalam buku Daryanto dan Setyobudi (2014:135) dalam Rahmatriana (2013), pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Menurut Buchari Alma (2011:243) dalam Susilawati (2014), pelayanan adalah jasa atau layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu.

Kualitas Layanan

Menurut Fandy Tjiptono (2006:59) dalam maharani (2010) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas

tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman (1998) dalam Lupiyoadi (2014:216) kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Menurut Zeithaml, Berry Dan Parasuraman (1985) dalam buku zulian yamit (2013:10), telah melakukan beberapa penelitian terhadap beberapa jasa dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dan mengvaluasi kualitas layanan. Disimpulkan bahwa terdapat 5 dimensi kualitas layanan sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopanan, santunan, dan kemampuan para pegawai

perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), Kredibilitas (*Credibility*), Keamanan (*Security*), Kompetensi (*Competence*), dan Sopan Santun (*Courtesy*).

5. Empati (*Empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam Buku Sunyoto (2013:35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang dan gembira. Menurut Fandy Tjiptono (2012:301) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian yang bersifat survey yaitu penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi

tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relative kecil.

Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengambilan dan pengumpulan data penelitian melalui tahapan mulai dari menyebarkan kuisisioner pada konsumen yang sedang berbelanja pada cahaya lifestyle *department store* BG junction. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder adalah sebagai berikut :

a. wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara dengan pihak yang terkait yaitu para pelanggan yang terpilih sebagai responden guna mendapatkan data-data yang diperlukan

b. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan terhadap aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan informasi-informasi yang bersifat kualitatif kemudian mencatatnya sebagai bahan penulisan.

c. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada pengunjung cahaya lifestyle BG junction yang hasilnya ditabulasikan untuk mempermudah pengolahan berikutnya.

Teknik Analisis Data

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2013:267) validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

b. Uji reliabilitas

Menurut Arikunto (2010 :238), Metode yang digunakan alpha cronbach. Rumus alpha digunakan untuk mencari realibilitas item pertanyaan

yang skornya bukan 1 dan 0 misalnya angket atau bentuk uraian.

c. Analisis regresi linier berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah metode statistic yang mempelajari hubungan ketergantungan dan pengaruh suatu variable lainnya.

d. Analisis korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variable bebas dengan variable terikat secara simultan apabila nilai r^2 semakin mendekati satu berarti hubungan yang terjadi semakin kuat. Koefisien determinasi ganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variable bebas secara serempak terhadap variable terikat.

e. Analisis determinasi

Koefisien determinasi parsial (r^2) digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara suatu variabel bebas terhadap variabel terikat dan variabel bebas yang lain dianggap konstanta.

HASIL

Profil Obyek Penelitian

Cahaya Lifestyle *Department Store* BG Junction Surabaya merupakan

toko retail fashion yang tergabung dalam group Ramayana *Department Store* dan PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk sebagai pemiliknya. Cahaya Lifestyle *Department Store* BG Junction Surabaya adalah toko ketiga setelah Cahaya Bintaro (Jakarta) dan Cahaya Tamini Square (Jakarta) yang merupakan store retail pengembangan dari Ramayana *Department Store*. Cahaya *Department Store* BG Junction Surabaya mulai terbuka untuk umum pada tanggal 22 september 2006 dan berlokasi di gedung BG Junction dengan alamat Jl. Bubutan No 1-7 Surabaya di lantai LG (*Lower Ground*) dan dikembangkan kembali atau diperluas di lantai UG (*Upper Ground*) pada bulan Februari 2016. Luas area Cahaya Lifestyle *Department Store* BG Junction saat ini adalah seluas 7.600 m² dengan menjual berbagai macam produk-produk fashion untuk wanita, pria, anak-anak, sepatu & sandal serta tas. Cahaya Lifestyle *Department Store* memiliki harapan untuk bisa mengambil share market untuk semua kalangan dari kalangan bawah hingga kalangan menengah keatas dengan pemawaran berbagai macam produk, diskon dan harga-harga khusus.

Adapun cabang-cabang Cahaya *Departemen Store* di Indonesia sebagai berikut:

LOKASI	ALAMAT
DKI Jakarta Bintaro Plaza	Jl. Bintaro Utama IIIA, Pondok Karya, Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten
Tamini Square	Jl. Taman Mini Raya, Pinang Ranti, Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
Puri Indah (ditutup September 2003)	(sudah tidak beroperasi)
Surabaya, Jawa Timur BG Junction Mall	Bubutan BG Junction No. 1-7 Kota Surabaya, Jawa Timur
Balikpapan Balcony City Square	Jl. Jemd. Sudirman, pasar baru square, Balikpapan.

KESIMPULAN

1. Adanya pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pengunjung cahaya lifestyle *departement store* BG Junction Surabaya yang dapat diketahui melalui persamaan garis regresi linier berganda. Dari persamaan garis regresi linier berganda diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari variabel Berwujud (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Melalui perhitungan, koefisien determinasi (R^2) diperoleh prosentase besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,816 atau sebesar 81,6% dan sisanya 18,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.
3. Setelah diadakan pengujian hipotesis dua arah, ternyata $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang artinya H_0 di tolak dan H_a diterima. Nilai Sig dibandingkan dengan α 5% adalah lebih kecil. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Dari hasil pengujian, ternyata $T_{hitung} > T_{tabel}$ yang artinya H_0 ditolak dan H_i diterima. Nilai sig. dibandingkan dengan α =5% adalah lebih kecil. Jadi secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
5. Dari hasil uji t, dapat dilihat bahwa variabel ketanggapan mempunyai nilai t hitung lebih besar dibandingkan variabel lainnya, yang berarti variabel ketanggapan mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku
- Arikunto, Suharmi (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Buchari, Alma (2011). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Daryanto, dan Setyobudi, I (2014). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: gaya media.
- Fandy, Tjiptono (2011). Pemasaran Jasa, Malang: Bayu Media
- , (2006) Manajemen Jasa Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Fandy, Tjiptono Dan Gregorius Chandra (2005), Manajemen Kualitas Jasa. Yogyakarta: Penerbit Graham Ilmu
- Fajar, Laksana. (2008) Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. (2007). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, edisi Ketiga. Semarang: BPUD
- Jasfar, Fanda (2012) 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Armstrong (2004), Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ketujuh. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Keller (2012) Marketing Management, 14th, Person Education.
- (2007), Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 2, Dialih bahasakan Oleh Benjamin Molan, Jakarta : PT Indeks
- , (2009). Manajemen Pemasaran jilid 1. Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kurniawan, H., & Alimudin, A. (2015). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja Dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Garam (Persero).

- Kotler Philip Dkk,(2012). Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andy
- Lupiyoadi ,jaja Hamdani,(2006). Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat,(2014). Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mowen, John, C Dan Michael Minor, (2011). Perilaku Konsumen, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Mustofa, Zainal, (2011). Panduan Microstat untuk Mengolah Data Dan Statistik, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Andi Off Set.
- Nurhayati, Siti MS, (2012).Metodologi Penelitian Praktis, Pekalongan: Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan.
- Priyatno.(2008). Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution) untuk Analisis Data dan Uji Statistik, Yogyakarta: Mediakom
- Sunyoto, Danang,(2013). Perilaku Konsumen, Yogyakarta :CAPS (Center Of Academy Publishing Service).
- Sugiyono, (2011).Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.Bandung :Alfabeta
- Sugiyono.(2012), Metode Penelitian Bisnis. Bandung :Alfabeta
- , (2013).Teori Kuisioner Dan Analisis Data, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Garaha Ilmu
- , (2009). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Bandung: CV. Alfabeta
- , (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Cetakan Keenam Belas, Bandung: CV. Alfabeta
- , (2013). Statistika Untuk Penelitian,, Cetakan Pertama, Bandung: CV. Alfabeta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2008), Metode penelitian Survey.Jakarta : LP3ES
- Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra, (2012). Pemasaran Strategi, Yogyakarta: Andy Gunawan
- Uber silalahi,(2012).Metode penelitian sosial, Bandung: PT Refika Aditama
- Yamit, Zulian,(2013). Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa, Cetakan Keenam, Yogyakarta: Ekonisia.
- Setiawan, M. I., Sukoco, A., Dhaniarti, I., & Hasyim, C. (2017). The Development of the Central Business District (CBD) Based on Public-Private Partnership. *IJTI (International Journal Of Transportation And Infrastructure)*, 1(1), 9–14. Retrieved from <http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijti/article/view/327>
- Wajdi, M. B. N., Ummah, Y. C., & Sari, D. E. (2017). UKM Development Business Loan. *IJEBD (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 1(1), 99–109. Retrieved from <http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebd/article/view/350>
- Skripsi, Tesis dan Disertasi
- Permatasari, Mira. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Sutos XXI Di Surabaya Town Square. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya