

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KANTOR NOTARIS DAN PPAT**
INDAH KHAERUNNISA, SH., M.Kn

Nuriska Sukma Anjani Putri¹ dan Dr. Sri Yanthy Yosepha, S.Pd, M.M²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

¹nuriskasukma@gmail.com dan ²sriy@unsurya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. populasi dalam penelitian ini tidak terhingga, maka sampel yang digunakan berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus Rao Purba adalah 100 responden, dengan kriteria 100 orang responden yang pernah menggunakan jasa Kantor Notaris Dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn dengan analis data adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (2) kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (3) kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Salah satu perusahaan jasa yang terus menerus berkembang adalah di bidang hukum, salah satunya yaitu kantor Notaris. Perkembangan pesat pertumbuhan perekonomian Indonesia, yang memiliki populasi 270,20 juta penduduk berdasarkan Hasil Sensus Penduduk (SP2020) pada September 2020, mengharuskan adanya perlindungan hukum secara menyeluruh bagi pihak yang berkeinginan untuk terjun dalam berbagai sektor bisnis. Dalam dunia bisnis, kebutuhan akan jasa Notaris dan Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT) tidak terelakkan. Kebutuhan akan jasa Notaris dan PPAT bisa bervariasi, mulai dari pendirian Perseroan Terbatas (PT), membuat akta, legalisasi dokumen, waarmering, dan jasa lainnya. Wilayah jabatan Notaris di seluruh Indonesia terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel Data wilayah Jabatan Notaris di seluruh Indonesia Tahun 2021

No	Provinsi	Jumlah Wilayah	No	Provinsi	Jumlah Wilayah
1	Aceh	23	18	Nusa Tenggara Barat	10
2	Sumatera Utara	33	19	Nusa Tenggara Timur	21
3	Sumatera Barat	19	20	Kalimantan Barat	13
4	Riau	12	21	Kalimantan Tengah	14
5	Jambi	11	22	Kalimantan Selatan	13

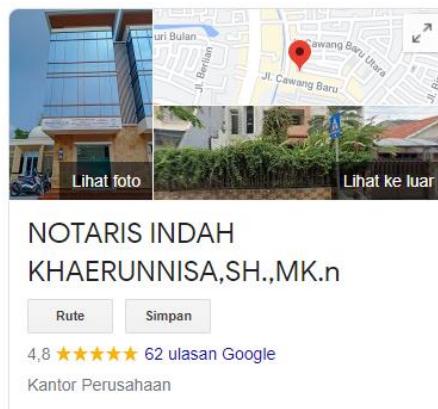
6	Sumatera Selatan	17	23	Kalimantan Timur	10
7	Bengkulu	9	24	Kalimantan Utara	6
8	Lampung	14	25	Sulawesi Utara	15
9	Kepulauan Bangka Belitung	7	26	Sulawesi Tengah	13
10	Kepulauan Riau	6	27	Sulawesi Selatan	24
11	DKI Jakarta	6	28	Sulawesi Tenggara	17
12	Jawa Barat	25	29	Gorontalo	6
13	Jawa Tengah	35	30	Sulawesi Barat	7
14	Daerah Istimewa Yogyakarta	5	31	Maluku	11
15	Jawa Timur	28	32	Maluku Utara	11
16	Banten	8	33	Papua	29
17	Bali	9	34	Papua Barat	13
Jumlah Keseluruhan					
500					

Sumber : <https://ahu.go.id/notariatv3/PendaftaranUser/formasiNotaris>

Dari keterangan tabel di atas, wilayah jabatan Notaris tersebar di seluruh Indonesia, dengan jumlah keseluruhan 500 wilayah dan 1.200 jumlah Notaris (sumber : <https://ini.id/>). Hal tersebut membuktikan bahwa jasa Notaris dan PPAT tidak dapat dipisahkan baik saat memulai maupun mengembangkan bisnis. sektor bisnis sudah pasti harus memiliki payung badan hukum agar dapat dipercaya dan professional. Namun jumlah Notaris tersebut belum sebanding dengan jumlah penduduk Indonesia yang saat ini mencapai 270,20 juta jiwa.

Sebagai ibu kota negara Indonesia, Provinsi DKI Jakarta termasuk wilayah jabatan yang sangat disukai oleh baik para calon Notaris maupun Notaris yang berada di luar kota Jakarta. Dengan jumlah Notaris di Provinsi DKI Jakarta sebanyak 1.125 (sumber : <https://ini.id/>).

Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn merupakan salah satu Kantor Notaris yang berada di Provinsi DKI Jakarta, tepatnya di Kota Administrasi Jakarta Timur. Berdiri sejak tahun 2009 di Kabupaten Serang, yang kini tempat kedudukannya berpindah ke Jakarta Timur, berlokasi di Ruko Cawang Elok, Jalan Cawang Baru Nomor 21, Unit A, Kelurahan Bidara Cina, Kecamatan Jatinegara, Jakarta Timur, Provinsi DKI Jakarta.



Gambar Rating Google Notaris Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn

Dari Gambar di atas dapat dilihat kepuasan pengguna jasa Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn dengan rating bintang 4,8 dari 62 ulasan Google.

Perkembangan Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn, dinilai signifikan namun tidak stabil jumlah pelanggannya. dapat dilihat pada tabel dibawah ini, merupakan data jumlah pembuatan akta pada tahun 2018 – Juli 2021 yaitu sebagai berikut:

Tabel Data Pembuatan Akta Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn
Tahun 2018 – September 2021

Bulan	Jumlah akta			
	2018	2019	2020	2021
Januari	11	12	29	27
Februari	15	21	30	24
Maret	7	19	25	23
April	7	24	11	12
Mei	16	26	22	20
Juni	9	13	22	20
Juli	9	17	22	8
Agustus	9	22	33	27
September	23	28	38	37
Oktober	14	30	30	
November	12	23	45	
Desember	19	24	64	
Jumlah	151	259	349	198

Sumber : Data Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn

Dari tabel data di atas walaupun Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn memiliki rating bintang 4,8 di google namun terjadi penurunan jumlah pembuatan akta pada bulan Januari – September 2021.

Hal tersebut membuat Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn harus berusaha untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat memperoleh Loyalitas dari pelanggannya. Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor penting bagi Kantor Notaris dan PPAT dalam memperoleh pendapat positif dari pelanggan. Hal ini turut berperan dalam membentuk Kepuasan Pelanggan. Pada akhirnya, pelanggan yang puas dengan Kualitas pelayanan Jasa Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak ragu-ragu untuk menggunakan jasa mereka lagi.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2016: 59), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi dan masing-masing dimensi memiliki indikator yakni: dimensi bukti fisik (*Tangibles*), indikatornya Fasilitas dan Pegawai/Staf, dimensi empati (*Emphaty*), indikatornya memberi perhatian

kepada pelanggan dan Kemudahan menghubungi, dimensi Keandalan (*Reliability*), indikatornya memberikan layanan yang dijanjikan dan Terpercaya atau akurat, dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), indikatornya respon atau kesigapan dan pelayanan yang diberikan, dimensi Jaminan (*Assurance*), indikatornya jaminan keamanan dan Pengetahuan atau kemampuan SDM (Sumber Daya Manusia).

Kepuasan pelanggan menurut Oliver dalam Tjiptono & Diana (2015: 23), Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*Percieved Performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah di bandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (*Delighted*). Kepuasan pelanggan memiliki lima dimensi dan masing-masing dimensi memiliki indikator yakni: dimensi kualitas produk/jasa, indikatornya sesuai dengan harapan pelanggan dan jasa yang diberikan memberi manfaat, dimensi harga, indikatornya harga sesuai dengan kualitas jasa dan harga sesuai dengan manfaat, dimensi kualitas pelayanan, indikatornya merasa puas dengan pelayanan dan merasa puas dengan kinerja, dimensi *emotional factor* (faktor emosi), indikatornya perasaan bangga dan perasaan nyaman dimensi kemudahan indikatornya Lokasi mudah dan prosedur mudah.

Loyalitas pelanggan atau Konsumen yang loyal menurut Griffin (2015 : 142), adalah "*A loyal customer is one who makes regular repeat purchases, purchase across product lines, refers others and demonstrates on immunity to the pull of the competition*". Hal ini berarti konsumen yang loyal adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek untuk tetap setia pada merek tertentu. Loyalitas pelanggan memiliki empat dimensi dan masing-masing dimensi memiliki indikator yakni: dimensi Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*) indikatornya menggunakan jasa secara berulang dan membayar lebih, dimensi melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*Purchases across product and service lines*) indikatornya Komitmen dan menggunakan semua jasa yang ditawarkan, dimensi merekomendasikan produk kepihak lain (*Refers other*) indikatornya merekomendasikan kepada orang lain dan menceritakan kepada orang lain, dimensi menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates on immunity to the pull of the competition*) indikatornya menolak untuk menggunakan jasa lain dan tidak meninggalkan jasa tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Bertempatkan di Kantor Notaris dan PPAT Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil survey yang didapatkan dari penyebaran kuesioner terhadap responden yang telah ditentukan, mengenai indikator yang diajukan yaitu Loyalitas pelanggan (Y), Kualitas pelayanan (X₁), dan Kepuasan pelanggan (X₂). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa arsip dan dokumen lain yang berasal dari Kantor Notaris Indah Khaerunnisa, SH., M.Kn.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan signifikansi sebagai pengambilan keputusan, bahwa semua variabel yang di uji menggunakan signifikansi $> a = 0,05$. Dapat di lihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > a = 0,05$. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data penelitian ini **berdistribusi normal**.

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.81673226
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.035
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Pada variabel kualitas pelayanan (X₁) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki hasil sig. sebesar 0,053, yang lebih besar dari $a = 0,05$, berarti terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas pelayanan (X₁) dengan loyalitas pelanggan (Y). Variabel kepuasan pelanggan (X₂) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki hasil sig. sebesar 0,076, lebih besar dari $a = 0,05$, berarti terdapat hubungan yang linear antara variabel kepuasan pelanggan (X₂) dengan loyalitas pelanggan (Y).

Tabel**Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)**

ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	F
X1.T * Y.T	Between Groups	(Combined)	5571.325	24	232.139	3.111 .000
		Linearity	2724.837	1	2724.837	36.519 .000
		Deviation from Linearity	2846.487	23	123.760	1.659 .053
	Within Groups		5596.065	75	74.614	
	Total		11167.390	99		

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan (X₁) dan kepuasan pelanggan (X₂) secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.675	7.541		2.742	.007
	X1.T	.261	.092	.292	2.830	.006
	X2.T	.316	.095	.343	3.324	.001

a. Dependent Variable: Y.T

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : (Y) = 20,675 + 0,261 X₁ + 0,316 X₂

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

X₁ = Kualitas PelayananX₂ = Kepuasan Pelanggan

Persamaan diatas menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta 20,675, berarti apabila X₁ dan X₂ ditiadakan atau bernilai 0, maka Y bernilai 20,675.
- Koefisien regresi X₁ sebesar 0,261, yang berarti apabila X₂ bernilai tetap, sedangkan X₁ mengalami kenaikan 1, maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,261, dan

sebaliknya, jika X_1 mengalami penurunan 1, maka Y akan mengalami penurunan sebesar 0,261

3. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,316, yang berarti apabila X_1 bernilai tetap, sedangkan X_2 mengalami kenaikan 1, maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,316, dan sebaliknya, X_2 mengalami penurunan 1, maka Y akan mengalami penurunan sebesar 0,316

Uji Hipotesis parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel atau $2.830 > 1.984$, dengan signifikansi $0,006 < 0,05$, hal ini membuktikan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kepuasan pelanggan (X_2) menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel atau $3,324 > 1.984$, dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, hal ini membuktikan bahwa secara parsial kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.675	7.541		2.742	.007
	X1.T	.261	.092	.292	2.830	.006

a. Dependent Variable: Y.T

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.675	7.541		2.742	.007
	X2.T	.316	.095	.343	3.324	.001

a. Dependent Variable: Y.T

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Dari hasil uji F nilai baris *Regression* pada kolom F diperoleh hasil Fhitung > F tabel atau $22.962 > 3,09$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	2863.931	2	1431.965	22.962
	Residual	6049.029	97	62.361	
	Total	8912.960	99		

a. Dependent Variable: Y.T

b. Predictors: (Constant), X2.T, X1.T

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

Koefisien determinasi (R^2)

Hasil uji Koefisien determinasi (R Square) pada kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,672 atau 67,2%. Artinya, kontribusi pengaruh simultan variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 67,2%. Sedangkan sisanya, sebesar 32,8% (100-67,2%) diterangkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel Hasil Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.665	7.11871

a. Predictors: (Constant), X2.T, X1.T

Sumber : Data primer yang diolah (2021)

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analis data, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kantor Notaris & PPAT Indah Khaerunnisa, SH, M.Kn. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dedi Setiawan, Erni Masdipi (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok” yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Index Lampung.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analis data, diketahui bahwa secara parsial variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kantor Notaris & PPAT

Indah Khaerunnisa, SH, M.Kn. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Penelitian Roby Ben Saputra, Alvi Purwanti Alwie yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak” dengan hasil penelitian kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kantor Notaris & PPAT Indah Khaerunnisa, SH, M.Kn. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Puteri Herlanies Susanto, Iwan Kurniawan Subagja (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Central Asia tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza” Menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas Pelanggan PT. Bank Central Asia tbk, Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. Selain itu, mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dedi Setiawan, Erni Masdupi (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok” dengan hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya analisa yang dilakukan pada Kantor Notaris & PPAT Indah Khaerunnisa, SH, M.Kn menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 26,1%.
2. Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya analisa yang dilakukan pada Kantor Notaris & PPAT Indah Khaerunnisa, SH, M.Kn menunjukkan bahwa kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 31,6%.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 67.2% dan sisanya, 32.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati pada penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini : Bapak Dr. Potler Gultom, S.H, MM., selaku Rektor. Ibu Tutik Siswanti, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi. Ibu Dr. Sri Yanthy Yosepha, S.Pd, M.M., selaku Ketua Program Studi sekaligus dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan meluangkan waktu serta tenaga, memberikan pengarahan dan dorongan semangat serta ilmu yang sangat berarti bagi saya. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma yang telah mendidik, memberikan ilmu pengetahuan dan juga arahan selama ini. Serta semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu persatu, namun telah membantu berkontribusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, M. N., & Harmoni, A. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *jurnal fakultas ekonomi*.
- Fakhrana, Z. (2020). Peran Kualitas Layanan dan Kepercayaan Dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 157–171.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *ALAT ANALISIS DATA - Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- Kotler, P, & Keller, K. . (2016). *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). *Dasar - dasar Pemasaran* Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Nalendra, A. R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun). *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, 3.
- Notoadmodjo, S., 2010, *Metodologi penelitian kesehatan*, 174-170, Rineka Cipta, Jakarta, pp.58-62, 164-170
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 13(1), 35–39.
- Putri, D. E., Lie, D., & Inawan, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Notaris dan PPAT Rachmansyah Purba SH, M. Kn di Kota Pematangsiantar. *SULTANIST : Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 2(2), 17–23.
- Rambat, L. (2013). *Manajemen Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba empat.

- Ricky, G. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputra, R. B., & Alwie, A. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri cabang Siak. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 7(2), 285-294.
- Setiawan, D., & Masdipi, E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tplus Bni Cabang Solok, Tesis Program Magister Manajemen Universitas Negeri Padang. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*, 4(1).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. Bandung: Alfabet.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. Bandung: Alfabet.
- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. BANK CENTRAL ASIA Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadipayana*, 7(1), 69-84.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2015). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Windasuri, H., & Hyacintha, S. (2016). *Business Growth Team and Excellent Service*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sumber lain :
- <https://ahu.go.id/notariatv3/PendaftaranUser/formasiNotaris>
- <https://goo.gl/maps/rFXvumDjWK4CpBcs5>
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- <https://www.ini.id/>