

# Pengukuran *Customer Satisfaction* Dalam Proses Registrasi *Membership* Menggunakan Metode IPA (Studi Kasus Pada Pelanggan Batununggal Indah Club Tahun 2022)

## Measurement Of Customer Satisfaction In The Membership Registration Process Using The IPA Method (Case Study On Batununggal Indah Club Customers In 2022)

1<sup>st</sup> Maulidah Nuri Zuhdiana

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

maulidahnuri@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Ati Mustikasari

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

atimustikasari@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak**—Sistem *membership* atau keanggotaan pada Batununggal Indah Club yaitu pada tiap registrasinya harus mendaftar selama 3 bulan, karena untuk menghindari adanya lepas pasang member yang dilakukan oleh pelanggan. Adanya sistem tersebut, banyak pelanggan yang ragu ingin melakukan registrasi menjadi anggota member di Batununggal Indah Club. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi dan penilaian mengenai proses registrasi *membership* melalui pelanggan yang sudah terdaftar sebagai anggota member Batununggal Indah Club. Jenis penelitian ini menggunakan Kuantitatif dengan metode Deskriptif, kemudian pada teknik samplingnya menggunakan *Nonprobability Sampling* dan *Sampling Purposive*. Populasi pada penelitian ini mengambil pelanggan Batununggal Indah Club yang sudah terdaftar menjadi anggota member. Teknik analisis data menggunakan analisis Deskriptif dan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Hasil perhitungan untuk tingkat kenyataan dan harapan *Service Quality* pada proses registasi *membership* ini menunjukkan bahwa keduanya masih berada pada posisi Sangat Penting dan Sangat Puas. Hasil yang diperoleh *Importance Performance Analysis Matrix* didapatkan bahwa hal yang dapat diperbaiki yaitu pada segi fasilitas dan cara Staff *membership* menjelaskan sistem kepada pelanggan dengan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* menunjukkan anggota member Batununggal Indah Club sangat puas dengan proses registrasi *membership*.

**Kata Kunci**—*service quality, customer satisfaction, importance performance analysis, customer satisfaction index.*

**Abstract**—*The membership system or membership at Batununggal Indah Club is that each registration must register for 3 months, because to avoid any member releases made by customers. With this system, many customers are hesitant to register to become a member of the Batununggal Indah Club.*

*This study aims to determine how the perception and assessment of the membership registration process through customers who have been registered as members of Batununggal Indah Club members. This type of research uses quantitative descriptive methods, then the sampling technique uses nonprobability sampling and purposive sampling. The population in this study took Batununggal Indah Club customers who had registered as members. The data analysis technique uses descriptive analysis and uses the IPA (Importance Performance Analysis) and CSI (Customer Satisfaction Index) methods. The results of calculations for the level of reality and service quality expectations in the membership registration process show that both are still in a very important and very satisfied position. The results obtained by the Importance Performance Analysis Matrix show that things that can be improved are in terms of facilities and the way membership staff explain the system to customers. The results of the calculation of the Customer Satisfaction Index show that members of the Batununggal Indah Club are very satisfied with the membership registration process.*

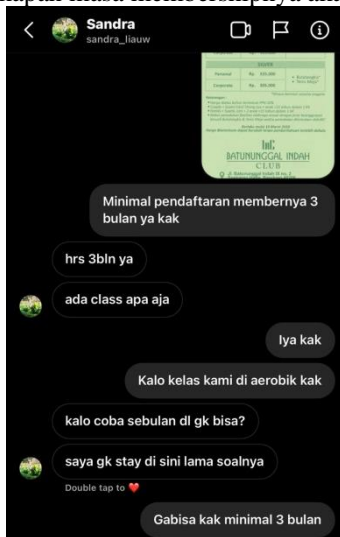
**Keywords**—*service quality, customer satisfaction, importance performance analysis, customer satisfaction index.*

### I. PENDAHULUAN

Menurut Yaran et al (2018: 177) *Sport Center* adalah suatu tempat olahraga yang dihadirkan di tengah masyarakat yang terdiri atas setiap kegiatan dan usaha yang dapat membantu perkembangan atau pun membina potensi – potensi jasmaniah dan rohaniah seseorang sebagai perorangan, atau pun anggota masyarakat, entah itu dapat berupa permainan, pertandingan atau sekedar rekreasi (mengisi waktu luang dengan olahraga). Di daerah Bandung, Jawa Barat terdapat *sport centre* yang terletak di Jalan Soekarno Hatta di dalam sebuah perumahan Batununggal

Indah yang bernama Batununggal Indah Club. Perusahaan ini sudah beroperasi selama 21 tahun dan sudah dilengkapi dengan *café* serta menerapkan sistem membership.

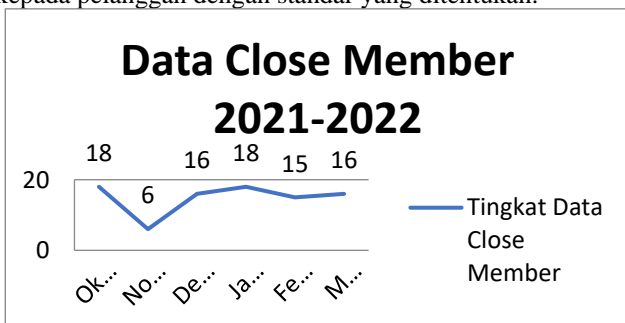
Sistem *membership* pada Batununggal Indah Club yaitu pada tiap registrasinya harus mendaftar selama 3 bulan, karena untuk menghindari adanya lepas pasang member yang dilakukan oleh pelanggan. Dari peraturan sistem tersebut, banyak pelanggan yang meminta keringanan untuk hanya mendaftar per 1 bulan saja karena biayanya akan sangat banyak, kemudian jika tiba-tiba ada keperluan selama pertengahan 3 bulan dan otomatis member tidak terpakai apakah uang akan dikembalikan, dan kebanyakan para member lupa kapan masa *membership*nya akan berakhir.



Gambar 1. 1

Keluhan tentang *Membership*  
 Sumber : Data Internal Perusahaan, 2022

Gambar diatas merupakan contoh dari keluhan pelanggan mengenai sistem membership, keluhan mereka sangat beragam yang hampir semuanya membahas di sistem dan juga pelayanan saat mereka melakukan registrasi pada membership. Sistem membership dibuat untuk meningkatkan kepuasan pelangg terhadap suatu perusahaan jika perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik, pelanggan akan merasa senang dan tertarik mendaftar keanggotaan. Masalah yang dihadapi oleh divisi membership Batununggal Indah Club ini berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Menurut Cahyani dan Hidayat (2019: 559) Pelayanan pada dasarnya dapat diartikan sebagai kegiatan orang, kelompok atau organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada memenuhi kebutuhan. Pelayanan yang baik berarti kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan.



Gambar 1. 2

Data *Close Member*

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2022

Menurut data yang diperoleh dari perusahaan, pada divisi *membership* Batununggal Indah Club juga terdapat tingkat pelanggan yang telah melakukan penutupan keanggotaan atau *close member*. Tingkat tersebut menunjukkan banyaknya anggota member yang telah menonaktifkan keanggotaannya di Batununggal Indah Club. Ini bisa menjadi hubungan atas banyaknya keluhan yang disampaikan terhadap pelayanan dan juga sistem yang disampaikan oleh staff *membership* kepada pelanggan.

Jadi, jika terdapat ketidaknyamanan dalam pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap sistem *membership* dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Perlu adanya pengukuran yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk sistem *membership* pada Batununggal Indah Club guna meningkatkan kepuasan pada sebuah pelanggan. Menurut Wong et al (dalam Sampurno dan Sharif, 2020: 862) Dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang merupakan sebuah alat evaluasi yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan mengetahui item - item yang diprioritaskan untuk diperbaiki oleh perusahaan agar dapat dijadikan sebagai panduan dalam pengembangan bagi perusahaan dan Pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan dijadikan acuan dalam menentukan sasaran-sasaran di masa yang akan datang.

Dari latar belakang diatas, penulis menyadari bahwa Batununggal Indah Club pada divisi *membership* ingin mengetahui bagaimanakah persepsi dan penilaian mengenai proses registrasi *membership* melalui pelanggan *membership* secara langsung. Maka perlu adanya pengukuran untuk mengetahui *customer satisfaction* terhadap proses registrasi *membership*. Oleh karena itu, penulis mengambil judul “Pengukuran *Customer Satisfaction* Dalam Proses Registrasi *Membership* Menggunakan Metode IPA (Studi Kasus Pada Pelanggan Batununggal Indah Club Tahun 2022)”

## II. KAJIAN TEORI

### A. Manajemen Pemasaran

Kotler dan Armstrong (dalam Algifari dan Hidayat, 2020: 913) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran adalah “The art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them”. Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka.

### B. Pemasaran Jasa

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Wijaya, 2022:17) mengatakan bahwa pemasaran jasa adalah mengenai janji, yaitu janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Jadi, setiap orang dalam organisasi harus menjaga janji serta berhasil membangun hubungan dalam pelanggan. Pemasaran jasa adalah konsep pemasaran yang mendefinisikan bahwa organisasi harus lebih peduli terhadap ada yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan apa yang dipikirkan tentang barang atau jasa yang ditawarkan.

### C. Kualitas Layanan

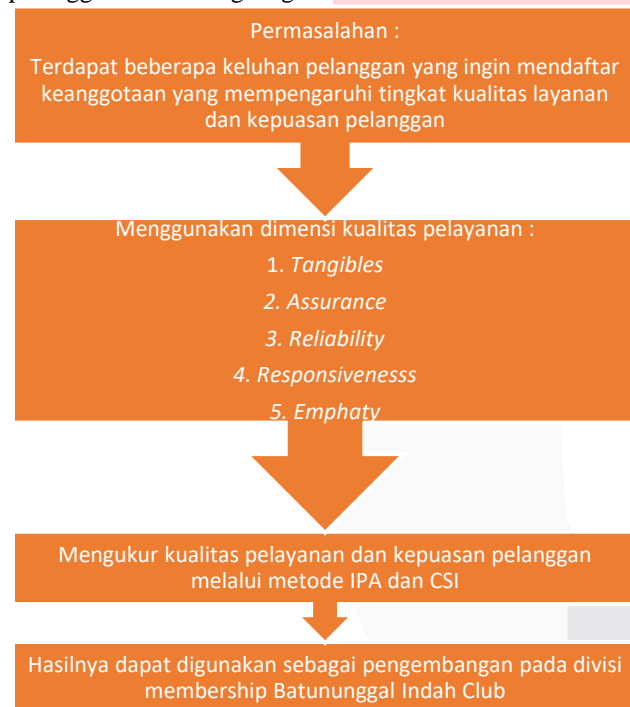
Menurut Kumar dan Sikdar (dalam Kusyana dan Pratiwi, 2019:22) Definisi kualitas layanan yang umum digunakan adalah tingkat di mana suatu pelayanan mampu memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan dan melibatkan perbandingan antara harapan dan kinerja aktual pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

### D. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (dalam Faizal dan Nurjanah, 2017) kepuasan pelanggan merupakan proses evaluasi setelah proses pembelian untuk membandingkan apakah ada perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian atau standar kinerja setelah mereka melakukan transaksi. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melampaui harapan, pelanggan sangat puas atau senang.

### E. Kerangka Penelitian

Berdasarkan latar permasalahan perusahaan yang tertuju pada bagian membership ini sangat berpengaruh pada tingkat kelayakitan para pelanggannya, perusahaan dan penulis ingin memperbaiki dengan cara melibatkan pelanggan secara langsung.



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran

Sumber : Data Olahan Penulis, 2022

Kerangka Pemikiran ini dibuat agar penulis dapat lebih terarah dalam mengkaji permasalahan yang terjadi pada Batununggal Indah Club mengenai pelayanan proses registrasi *membership* dan pembaca dapat dengan mudah memahami permasalahan utama secara singkat yang dikaji dalam penelitian ini.

## III. METODE

### A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang mengungkapkan secara mendalam, luas, dan menyeluruh sebuah fakta dari permasalahan yang terjadi.

Dengan menjabarkan mengenai hubungan antara faktor permasalahan yang dihadapi terhadap subjek yang dituju.

### B. Tahapan Penelitian

1. Menentukan objek penelitian
2. Membuat rumusan masalah
3. Menentukan metode yang ingin digunakan
4. Menentukan populasi dan sampel
5. Melakukan pengumpulan data (survey)
6. Mengolah data
7. Menemukan solusi dan hasil pengolahan data

### C. Metode Penelitian

Objek penelitian yang akan menjadi informan untuk melengkapi data dari penelitian ini adalah salah satu staff dari PT.Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club, kemudian untuk populasi yang diambil untuk penelitian ini ialah sebesar 100 responden dari anggota membership Batununggal Indah Club. Data yang dikumpulkan berasal dari tanggapan responden melalui kuesioner yang akan dianalisis dengan Teknik Analisis Deskriptif, kemudian juga menggunakan metode IPA (importance performance analysis) dan CSI (customer satisfaction index).

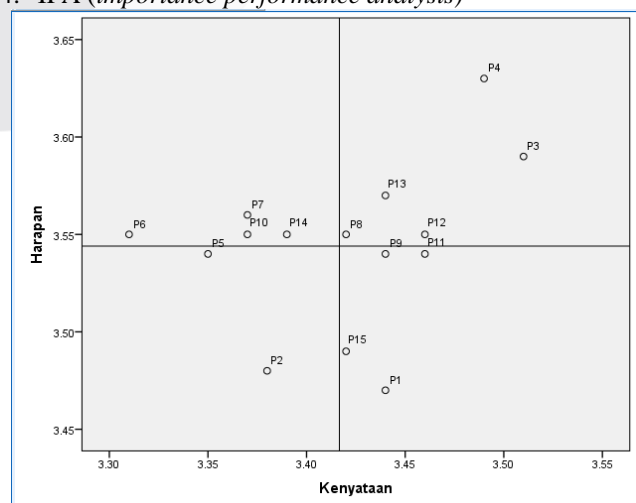
## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Laki-Laki 51% dan Perempuan 49%
2. Usia rata-rata <25 tahun
3. Pendidikan rata-rata S1
4. Pekerjaan rata-rata mahasiswa/i

### B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas  
Hasil uji validitas variabel kenyataan dan harapan pada penelitian ini sudah valid dengan menggunakan signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai rhitungnya lebih besar dari rtabel (0,195).
2. Uji Reliabilitas  
Hasil uji reliabilitas variabel kenyataan dan harapan pada penelitian ini sudah reliable karena nilai Cronbach's Alpha (0,950 dan 0,965) dimana lebih besar dari nilai yang ditentukan (0,60)
3. Analisis Deskriptif
  1. Kenyataan dari *service quality* rata-rata sebesar 87,6%
  2. Harapan dari *service quality* rata-rata sebesar 88,8%
4. IPA (*importance performance analysis*)



Gambar 4. 1

Matrix Importance Performance Analysis

Sumber : Data diolah Menggunakan IBM SPSS 20 for Windows, 2022

- a. Pada kuadran I, membahas mengenai harus selalu sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan dan juga respon yang responsif harus ditingkatkan oleh staff *membership*.
  - b. Pada kuadran II, membahas mengenai divisi *membership* perlu meningkatkan dari segi fasilitas dan sikap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
  - c. Pada kuadran III, membahas mengenai tutur kata yang baik dan juga suasana tempat tidak menjadi prioritas utama pelanggan
  - d. Pada kuadran IV, membahas mengenai hal-hal yang tidak diperlukan yaitu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan pada segi penyampaian informasi
5. CSI (*customer satisfaction index*)  
Hasil perhitungan menggunakan metode CSI (*customer satisfaction index*) sebesar 85,43%

## V. KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

1. Kenyataan pada *service quality* Batununggal Indah Club sebesar 87,6% di posisi sangat penting
2. Harapan pada *service quality* Batununggal Indah Club sebesar 88,8% di posisi sangat puas
3. Hal yang harus diperbaiki ialah pada segi bagaimana staff *membership* melayani pelanggannya.
4. Hasil perhitungan dengan rumus CSI (*customer satisfaction index*) sebesar 85,43% yang berarti pelanggan puas

### B. Saran

1. Pada staff *membership* lebih bisa meningkatkan lagi untuk memberikan informasi mengenai produk *membership* dengan menggunakan bahasa dan tutur kata yang tepat agar mudah dipahami oleh pelanggan
2. Pada sistem *membership* yang diberikan kepada pelanggan lebih baik diperbaiki kembali untuk bisa menarik minat pelanggan

## REFERENSI

### Referensi dari buku :

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran: Dasar dan Konsep. Penerbit Qiara Media.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Deepublish.
- Muchson, M., & MM, S. (2017). *Statistik Deskriptif*. Spasi Media.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Pustaka Setia.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial. Penerbit Gava Media.
- Widodo (2017). Metodologi Penelitian Populer & Praktis. RajaGrafindo Persada.
- Wijaya, D. (2022). Pemasaran Jasa Pendidikan. Bumi Aksara.

Wijoyo, H. (2021). Manajemen Pemasaran. Insan Cendekia Mandiri.

### Referensi dari jurnal :

- Algifari, M. A. A., & Hidayat, R. (2020). Efektivitas Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Expert Course Di Bandung Pada Tahun 2020 (studi Kasus Expert Course Di Bandung 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Almirzaqy, M. F. I. (2018). Analisis Kualitas Website Serta Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pt Bintang Indo Jaya) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Cahyani, L., & Hidayat, R. (2019, May). Factors Analysis of Service Quality at Clinic Telkom University. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 558-562). Atlantis Press.
- Chandra, T., & Novia, D. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Optik "Jakarta" Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125-139.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Deviana, R., Putra, Y. D., & Talalahi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Tampilan Website Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Traveloka). *Jurnal Eksekutif*, 17(1).
- DEVIANA, Riska, et al. Pengaruh Kualitas Tampilan Website Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Traveloka). *Jurnal Eksekutif*, 2020, 17.1.
- Fabriza, C. A., & Priansa, D. J. (2021). Implementasi Strategi Diferensiasi Produk Olahan Pangan Pada Cv Firman Surya Kendeded Dalam Mencapai Keungguln Bersaing Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(4).
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307-316.
- Fatmala, W. S., & Suprpto, A. R. (2018). Analisis kualitas layanan website e-commerce berrybenka terhadap kepuasan pengunjung menggunakan metode WebQual 4.0 dan *importance performance analysis* (IPA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964.
- Hamzah, D. A. (2021). Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Hendrayani, H. (2019). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Minat Beli Konsumen di Planet Surf Mall Panakukang Makassar. *Economix*, 7(1).
- Hilmy, M. F., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Kasus



- Aplikasi Myindihome Di Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Indriani, E. (2021). Analisis Efektivitas Implementasi Pembelajaran Daring Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Siswa SMA Kelas X Se-Kecamatan Mranggen Mata Pelajaran PJOK. *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, 2(1), 1-11.
- Ismail, H., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(4).
- Janna, N. M. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik.
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS APLIKASI TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK UKM DM-SEAFOOD. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21-39.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Mahendra, K. P. (2019). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Permata, A., & Bhakti, Y. B. (2020). Keefektifan virtual class dengan google classroom dalam pembelajaran fisika dimasa pandemi covid-19. *JIPFRI (Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika Dan Riset Ilmiah)*, 4(1), 27-33.
- Pranata, M. N., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri* ISSN, 2503, 488X.
- Prasetio, R. T. (2020). Analisa Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Google Task di Lingkungan Akademik Menggunakan Metode TAM. *Jurnal Responsif: Riset Sains dan Informatika*, 2(1), 65-74.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18-29.
- Rusni, A., & Lubis, E. E. (2017). *Penggunaan media online whatsapp dalam aktivitas komunitas One Day One Juz (ODOJ) dalam meningkatkan minat tilawah odojer di kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sampurno, H. R., & Sharif, O. O. (2020). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 856-870.
- Sampurno, H. R., & Sharif, O. O. (2020). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 856-870.
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164-173.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55-61.
- Sukmawati, R. A. (2018). *E-SERVICE QUALITY : APPLICATIONS BJB DIGI ON PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN (BJB)*, Tbk (Case Study of Client Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB), Tbk Bandung Tahun 2018)
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *AL-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Wakhayuni, E. (2019). Analisis kemampuan, komunikasi dan konflik kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mitha Sarana Niaga. *JUMANT*, 11(1), 271-278.
- Wijaya, Y. (2020). Pengaruh Work Life Balance Dan Beban Kerja Terhadap Motivasi Kerja (Studi Pada Pt Mayora Indah. *Agora*, 8(1).
- Yaran, A., Sondakh, J. A., & Rompas, L. (2018). MANADO SPORT CENTER. Hi-Tech Architecture. *Jurnal Arsitektur DASENG*, 7(2), 176-185.

#### Referensi dari website :

- Aini, F. (2022, April 19). *Manfaat dan Fungsi Sistem Membership bagi Kemajuan Bisnis Anda*. Retrieved Juli 10, 2022, from BusinessTech Hashmicro: <https://www.hashmicro.com/id/blog/sistem-membership/>