



STUDY ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN MUTU LAYANAN TRANSMART DI KOTA PADANG

Revina Marlin, Reza Yulia Putri, Yatna Yenti, Muhammad Ichsan, Lusiana

Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang, Indonesia

Email: revinamarlin0202@gmail.com, reza.118160069@student.itera.ac.id,

yatnayenti@gmail.com, muhammadichsantjg@gmail.com, lusiana@upiypk.ac.id

INFO ARTIKEL**ABSTRAK**

Kata Kunci:

Kepuasan pelanggan,
kualitas layanan, ritel,
Transmart, SmartPLS.

Penelitian ini menganalisis tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas layanan di Transmart Padang. Dengan meningkatnya persaingan dalam industri ritel, kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada pelanggan Transmart Padang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode SmartPLS untuk menguji validitas, reliabilitas, dan pengaruh variabel terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari lima indikator kualitas layanan, empat di antaranya memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan satu indikator tidak valid dalam model penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa perusahaan ritel perlu meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar.

ABSTRACT

This study analyzes customer satisfaction levels based on service quality at Transmart Padang. With increasing competition in the retail industry, service quality has become a key factor in maintaining customer loyalty. This research employs a descriptive quantitative approach using a survey method with questionnaires distributed to Transmart Padang customers. The collected data were analyzed using the SmartPLS method to test validity, reliability, and the impact of variables on customer satisfaction. The results indicate that service quality dimensions such as reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible aspects significantly contribute to customer satisfaction. Among the five service quality indicators, four significantly affect customer satisfaction, while one was found to be invalid in this research model. These findings emphasize that retail companies need to enhance service quality to improve customer experience and maintain market competitiveness.

Keywords:

Customer satisfaction,
service quality, retail,
Transmart, SmartPLS.

PENDAHULUAN

Pemasaran internasional adalah tindakan komersial yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, seperti menetapkan harga, mempromosikan, dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan dan konsumen di luar satu negara (Yuda, Lubis, and Manurung 2022). Industri ini merupakan sumber utama lapangan kerja di negara maju dan berkembang, dan merupakan penyumbang produk domestik bruto (PDB) terbesar di negara maju. Layanan utama di negara berkembang dan maju seringkali berbeda (Putri, Adnan, and Khaidir 2024). Misalnya, di negara berkembang, sektor jasa yang dominan terdiri dari industri berketerampilan rendah seperti grosir dan eceran, pariwisata, dan layanan yang disesuaikan (Rambe and Aslami 2021).

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM), pasar modal adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang terkait dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang terkait dengan efek tersebut (Salsabila et al. 2024).

Perusahaan harus memiliki strategi manajemen dan pemasaran yang baik, seperti bisnis lainnya (di Poli Fisioterapi 2019). Untuk mempersiapkan persaingan, perusahaan harus mengetahui kekuatan, kelemahan, dan kekurangan mereka. Ini akan membantu mereka lebih memahami perusahaan dan memanfaatkan setiap peluang. Jika strategi pemasaran perusahaan Anda bertujuan untuk menciptakan posisi pemasaran yang menguntungkan bagi perusahaan Anda, strategi tersebut harus mengadopsi prinsip-prinsip yang lebih unggul dari perusahaan lain, serta perusahaan harus meninggalkan kebiasaan lama dan terus mengembangkan (Haque-Fawzi et al. 2022). Ini karena produsen tidak lagi memaksakan kehendaknya pada konsumen; sebaliknya, konsumen sekarang memaksakan kehendaknya pada produsen (Hasibuan 2021).

Pasar modern terdiri dari mall, supermarket, department store, pusat perbelanjaan, waralaba, minimarket, swalayan, pasar serba ada, toko serba ada, dan sebagainya (KW 2019). Pasar modern biasanya terletak di kawasan perkotaan dan menawarkan barang dan jasa dengan kualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang biasanya terdiri dari kelas menengah ke atas. Barang yang dijual memiliki berbagai jenis. Pasar kontemporer menyediakan barang impor selain barang lokal. Barang yang dijual memiliki kualitas yang lebih terjamin karena dipilih secara ketat sebelum penjualan, sehingga barang yang rusak atau tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar kontemporer biasanya memiliki stok barang di gudang yang terukur. Dalam hal harga, pasar kontemporer memiliki label harga yang jelas, termasuk harga sebelum pajak. Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (Dewi 2020).

Perkembangan bisnis retail ini dapat dilihat dari pertumbuhan bisnis retail itu sendiri khususnya department store. Lembaga eceran yang menawarkan berbagai macam lini produk dengan mutu pilihan disebut department store. Departemen toko biasanya memiliki volume usaha yang besar, kondisi keuangan yang kuat, dan badan hukumnya biasanya berbentuk Perseroan Terbatas atau paling tidak Firma. Dengan menjadi salah satu kota besar yang sedang berkembang di Indonesia, Padang memiliki peluang yang sangat baik untuk mengembangkan bisnis. Seiring dengan pertumbuhan kota Padang, dunia bisnis juga berkembang. Pertumbuhan penduduk dan peningkatan pendapatan memberikan peluang bagi para bisnis untuk memulai bisnis baru di kota ini. Munculnya berbagai industri, termasuk retail, menunjukkan hal ini. Salah satu toko ritel di Padang adalah Transmart (Chandra and Santoso 2021).

Bisnis saat ini bergantung pada kepuasan pelanggan. Sikap dan perilaku pelanggan membentuk suatu loyalitas pelanggan. Sikap pelanggan dapat termasuk keinginan untuk membeli produk atau jasa tambahan dari perusahaan yang sama. Sebaliknya, komponen utama yang akan dicapai untuk mencapai kualitas layanan suatu bisnis agar berdampak pada loyalitas pelanggan. Pelanggan akan setia terhadap barang atau jasa yang kita tawarkan berdasarkan mutu atau kualitas layanan (Sapalakai and Susanti 2023).

Kualitas layanan adalah salah satu komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan harus dianggap sebagai bagian dari produk yang dijual dalam bisnis eceran. Sangat sulit bagi suatu perusahaan untuk memasuki persaingan yang semakin kompetitif jika mereka tidak memiliki pemahaman seperti itu. Sebagai suatu kemutlakan bagi setiap perusahaan untuk memasuki persaingan yang semakin kompetitif, konsumen harus dipuaskan, di mana kepuasan konsumen akan tercipta saat perusahaan dapat mewujudkan keinginan dan harapannya. Strategi terbaik untuk mewujudkan semua harapan dan keinginan adalah kualitas pelayanan terbaik (Darna and Muhidin 2020).

Kemajuan sebuah bisnis salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggannya. Layanan harus memenuhi standar kualitas pelanggan, bahkan melebihi efek yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga perusahaan dapat dengan mudah mencapai kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan terus menggunakan jasa perusahaan. Perusahaan jasa harus memastikan bahwa kualitas layanan mereka berada di atas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh pelanggan. Kualitas layanan termasuk kenyamanan, keandalan, daya tangkap, jaminan, kesopanan, dan bukti fisik. Selain itu, perusahaan harus memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan pelanggan tentang produk atau jasa yang mereka tawarkan (Febriansyah and Prabowo 2023).

Salah satu perusahaan ritel di bawah naungan grup besar CT.CORP adalah Transmart, yang berfokus pada perdagangan dan manufaktur. Sebagai Carrefour Indonesia, Transmart didirikan pada 11 Oktober 1998 dan beroperasi di Cempaka Putih, Jakarta. Pemiliknya, Chairul Tanjung, dan Bouzeneth Benaouda, bertindak sebagai CEO. Dengan visi "To be recognized and love for helping our customers and partners to enjoy better quality live everyday" dan misi "To be no.1 Retailer in Indonesia," Transmart berusaha untuk meningkatkan bisnis retail Indonesia. Pelayanan dan fasilitas haruslah menjadi perhatian oleh pihak mall karena sangatlah diperlukan untuk membentuk citra image bagi sebuah mall. Oleh karena itu, dengan mengedepankan kualitas layanan yang prima (service excellent), mall diharapkan dapat memenuhi harapan pengunjungnya sehingga terciptalah kepuasan bagi pengunjungnya. Keberadaan fasilitas permainan anak juga memberi nilai lebih karena bisa dinikmati oleh anak-anak saat orang tuanya sedang sibuk berbelanja. Transmart adalah salah satu tempat berbelanja yang menyediakan fasilitas seperti Cinema, Restaurants, dan fasilitas entertainment. Transmart juga telah menjadi salah satu ikon di Kota Padang.

Transmart Padang merupakan salah satu cabang Transmart yang berada di Provinsi Sumatera Barat, berlokasi di Jl. Khatib Sulaiman No.85 Kelurahan Ulak Karang Selatan, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Transmart Padang dibuka pada tanggal 19 Mei 2017, di bawah kepemimpinan Bapak Hermawan Aris selaku Store General Manager (SGM). Seperti gerai Transmart lainnya, Transmart Padang juga menerapkan konsep 4 in 1, di mana konsep ini menawarkan empat kegiatan utama yaitu berbelanja, bersantap, bermain, serta menonton dalam satu bangunan sehingga adanya diferensiasi antara Transmart dengan supermarket atau industri ritel lainnya (Berdasarkan Pelatihan On Job Training Transmart Padang). Transmart Padang merupakan salah satu cabang Transmart yang berada di Provinsi Sumatera Barat, berlokasi di Jl. Khatib Sulaiman No.85 Kelurahan Ulak Karang Selatan, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Transmart Padang dibuka pada tanggal 19 Mei 2017, di bawah kepemimpinan Bapak Hermawan Aris selaku Store General Manager (SGM). Seperti gerai Transmart lainnya, Transmart Padang juga

menerapkan konsep 4 in 1, di mana konsep ini menawarkan empat kegiatan utama yaitu berbelanja, bersantap, bermain, serta menonton dalam satu bangunan sehingga adanya diferensiasi antara Transmart dengan supermarket atau industri ritel (Adar Bakhsh Baloch 2020)

Transmart merupakan pusat perbelanjaan yang didalamnya terdapat unsur pelayanan, serta fasilitas yang telah disediakan oleh mall tersebut. Pusat perbelanjaan atau yang sering disebut shopping mall. Agar Mall Transmart dapat bersaing dengan mall lainnya, maka mall tersebut harus mempunyai sebuah keunggulan kompetitif agar bisa memenangkan persaingan. Salah satu keunggulan tersebut dapat tercermin dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan Transmart. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Transmart menarik pelanggan dengan menawarkan fasilitas "Fasilitas adalah di mana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis, untuk memberikan kenyamanan (Rismayadi et al. n.d.)

Transmart pernah menerapkan sistem manajemen mutu ISO 9001:2015. ISO 9001:2015 adalah standar yang dikeluarkan oleh International Organization for Standardization (ISO). Standar ini berisi persyaratan yang harus dipenuhi perusahaan untuk membangun sistem manajemen mutu. Berdasarkan penelitian penerapan manajemen mutu ISO 9001:2015. ISO 9001:2015 Pada saat peneliti melakukan pengamatan di proyek Transmart Carrefour Sidoarjo, peneliti pernah melihat beberapa item struktur beton yang mengalami perbaikan atau repairing. Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Study Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 pada Kontraktor PT. Wijaya Karya Bangunan Gedung dalam Proyek Pembangunan Transmart Carrefour Sidoarjo". Tingkat kesesuaian penerapan ISO 9001:2015 pada sistem manajemen mutu proyek Transmart Carrefour Sidoarjo oleh PT. Wijaya Karya Bangunan Gedung dan pada pekerjaan struktur beton atas mendapatkan hasil rata-rata 4,2 dengan kriteria baik. Migrasi sertifikasi ISO 9001:2008 ke ISO 9001:2015 bagi PT. Wijaya Karya Bangunan Gedung memiliki dampak positif karena terdapat beberapa perubahan klausul yang menjadikan pekerjaan di proyek lebih efektif, efisien, dan meminimalisir risiko. Kendala yang ada kurangnya keterlibatan tenaga kerja (SDM) baik dari intern perusahaan maupun eksternal (Sub. Kontraktor dan pekerja), dan dokumen penunjang Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 belum mencapai 100% (Setyawan and Suryanto 2018).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif menyesuaikan pendapat antara penulis dengan informan atau pemberi informasi. Pemilihan metode ini dilakukan karena bisa dalam bentuk angket dan penulis lebih mendeskripsikan segala fenomena dan upaya atau strategi dalam meningkatkan kualitas mutu di Transmart (Rismayadi et al. n.d.)

Jumlah populasi dan karakteristiknya termasuk penelitian sampel. Dalam hal ini, teknik pengambilan sampel total atau sampel jenuh digunakan. Metode ini mengambil seluruh populasi sebagai sampel. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 58 orang.

Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam teknik analisis data dengan menggunakan SmartPLS ada tiga kriteria untuk menilai outer model yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item-item *score* atau *component score* yang diestimasi dengan Software PLS. Indikator dianggap mempunyai reliabilitas yang baik jika memiliki nilai diatas 0,7. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading factor* 0,5 sampai 0,6 masih dapat diterima. Angka ini dapat kita lihat dengan merujuk pada tabel *outer loading* pada SmartPLS.

Pada pengujian composite reliability ini terdapat dua tabel yang harus diamati yaitu nilai yang terdapat pada tabel Composite reliability dan Cronbachs Alpha yang nilai nya harus lebih besar dari 0,6. Untuk pengujian Disriminant Validity dapat dilihat pada nilai cross loading. Nilai korelasi indikator terhadap konstruknya harus lebih besar dibandingkan nilai korelasi antara indikator dengan konstruk lainnya. Terdapat cara lain untuk menguji *Disriminant Validity* dengan membandingkan nilai akar dari *Avrage Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya

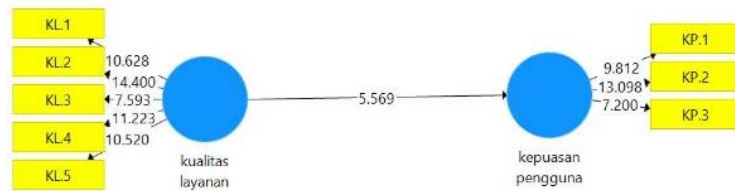
Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Penilaian model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Tanda atau arah dalam jalur (*path coefficient*) harus sesuai dengan teori yang dihipotesiskan, signifikasinya dapat dilihat pada t test yang diperoleh dari proses *bootstrapping* (*resampling method*). Interpretasi nilai R^2 sama dengan interpretasi R^2 regresi linear, yaitu besarnya *variability* variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu pengaruh konstruk laten eksogen tertentu dengan konstruk laten endogen tertentu baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui variabel mediasi. Pengujian hipotesis pada penelitian ini, dapat dinilai dari besarnya nilai t-statistik atau t-hitung dibandingkan dengan t-tabel 1,96 pada alpha 5%. Jika t-statistik/t-hitung < t-tabel 1,96 pada alpha 5%, maka H_0 ditolak dan Jika t-statistik/t-hitung > t-tabel 1,96 pada alpha 5%, maka H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini Ghazali (2020). Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data berupa nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum dan standar deviasi untuk menggambarkan variabel penelitian sehingga secara kontekstual mudah dimengerti. Hasil analisis statistik deskriptif diperoleh dari hasil analisis deskripsi responden dan hasil analisis deskripsi variabel penelitian.

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak (78%) dibandingkan laki laki (22%). Hal ini dikarenakan Transmart adalah pusat perbelanjaan yang sering dikunjungi oleh perempuan. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua responden berusia dewasa dimana usia paling muda 17 tahun dan paling tua 54 tahun. Sebagian besar responden berusia 17 – 25 tahun (62%). Hal ini selaras dengan p responden yang sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa. Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa (72%) dan anak anak dan orang dewasa sebanyak (28%).



Gambar 1. Hasil Algoritma smartPLS 3.0

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

Tabel 1. Hasil pengujian *Convergent Validity*

indikator	Kualitas layanan	Kepuasan pengguna	Keterangan
KL.1	0,7775		valid
KL.2	0,798		valid
KL.3	0,748		valid
KL.4	0,768		valid
KL.5			valid
KP.1		0,766	valid
KP.2		0,796	valid
KP.3		0,753	valid
KP.4		0,182	tidak valid

Karena terdapat indikator atau butir pernyataan yang tidak valid maka data yang diperoleh tidak bisa langsung untuk dianalisis regresi, tetapi harus dilakukan uji ulang dengan cara menghilangkan butir pertanyaan yang tidak valid tersebut. Tabel diatas merupakan hasil analisis uji validitas setelah tidak mengikut sertakan data dari data yang tidak valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan sudah valid semua.

Tabel 2. Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)

Indikator	Kualitas layanan	Kepuasan pengguna	Keterangan
KL.1	0,7775		valid
KL.2	0,798		valid
KL.3	0,748		valid
KL.4	0,768		valid
KL.5			valid
KP.1		0,766	valid
KP.2		0,796	valid
KP.3		0,753	valid

Menunjukkan bahwa semua manifest variabel/butir pertanyaan mempunyai nilai cross loading > 0,7 untuk setiap variabel dan lebih besar dengan seluruh konstruk lainnya, Selain dengan cross loading > 0,7 validitas diskriminan juga diuji dengan kriteria Fornel-Larker dimana variabel dianggap valid jika mempunyai nilai lebih besar dari 0,7 dan nilai tersebut lebih besar dengan nilai pada seluruh konstruk lainnya, Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai lebih dari 0,7 dan nilainya juga lebih besar dari variabel lainnya.

Tabel 3. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Indikator	AVE	Kesimpulan
Kepuasan pengguna	0,643	valid
Kualitas Layanan	0,58	valid

Validitas konstruk dapat dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) dimana instrumen dianggap valid secara konvergen jika nilai AVE > 0,50, Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai AVE > 0,50 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk semua variabel adalah valid.

Tabel 4. Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Indikator	Crombath alpha	Composit reability	Kesimpulan
kepuasan pengguna	0,727	0,844	reliabel
kualitas layanan	0,82	0,873	reliabel

Dalam analisis PLS, untuk menguji reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara yaitu Cronbach Alpha dan Composite Reliability. Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki Cronbach Alpha dan composite reliability ≥ 0.7 . Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai Cronbach Alpha dan composite reliability ≥ 0.7 , sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk semua variabel adalah reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Nilai R-Square (R2)

Indikator	R square	R square adjusted
kepuasan pengguna	0,269	0,256

Menurut Kuncoro (2018), nilai R-square yang tepat untuk diinterpretasikan dalam menilai kebaikan model satu persamaan regresi berganda (mempunyai dua atau lebih variabel independen) adalah R-Square Adjusted. Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r square adjusted 0,256.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistik	P Value
Lost customer analysis <- kepuasan pengguna	0.787	10,886	0.000
Ghoot shopping <- kepuasan pengguna	0.822	14,133	0.000
System keluhan dan saran <- kepuasan pengguna	0.796	7,407	0.000
Acurance<- kualitas layanan	0.729	9,583	0.000
Responsiveness <- kualitas layanan	0.770	10,147	0.000
Reliability<- kualitas layanan	0.734	9,955	0.000
Emphaty <- kualitas layanan	0.802	11,489	0.000
Tangibles <- kualitas layanan	0.771	7,199	0.000

Hipotesis penelitian diuji dengan melihat koefisien jalur (*path coefficient*) dan membandingkan t-statistik dengan t-tabel atau membandingkan *p-value* dengan α (0,05) dimana koefisien jalur menunjukkan bentuk pengaruh (positif/negatif) dan *p-value* menunjukkan signifikansi dari pengaruh tersebut. Ketika *p-value* < 0,05 dan t statistic > 1,96 maka hipotesis penelitian diterima.

KESIMPULAN

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas mutu layanan dari Perusahaan itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima factor indicator kualitas mutu dan 4 faktor indicator kepuasan pelanggan terdapat satu indicator yang tidak valid namun secara keseluruhan hasil dari penelitian ini kualitas mutu layanan sudah memenuhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Kristanto, and Thomas Santoso. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mega Mart." *Agora* 9(2): 358493.
- Darna, Nana, and Ali Muhidin. 2020. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pd Sumber Rezeki Singaparna)." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 2(2).
- Dewi, Dian Sukma. 2020. "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)." *Febriansyah, Rifqi Yudanta, and Fajar Sidiq Adi Prabowo. 2023. "Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada UMKM Binaan Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 Sektor Kuliner)." Jurnal Manajemen Pemasaran* 17(1): 1–10.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, and Denok Sunarsi. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hasibuan, Ririn. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan." *Jurnal Misi* 4(3).
- KW, Nuruni Ika. 2019. "Penataan Pasar Rakyat Dan Pasar Modern Di Kota Surabaya." *JDEP* 2(2): 56–60.
- di Poli Fisioterapi, R S U. 2019. "Hubungan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien." *Jurnal Endurance: Kajian Ilmiah Problema Kesehatan* 4(2): 252–61.
- Putri, Bella Kharisma, M Fachri Adnan, and Afriva Khaidir. 2024. "EVOLUSI TEORI GOVERNANCE: PERBANDINGAN IMPLEMENTASI DI NEGARA MAJU DAN BERKEMBANG." *Stratēgo: Jurnal Manajemen Modern* 6(3).
- Rambe, Dhea Nita Syafina, and Nuri Aslami. 2021. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2): 213–23.
- Rismayadi, Budi, Uus Mohammad, Darul Fadli, and Flora Patricia Anggela. "Sampling Probability ." 4(2): 204–33.
- Salsabila, Syifa Destya et al. 2024. "Pasar Modal Syariah." *Jurnal Ilmiah Research and Development Student* 2(1): 99–107.
- Sapalakai, Milastri, and Febsri Susanti. 2023. "Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Toko Logo Di Plaza Andalas Kota Padang." *Jurnal Bintang Manajemen* 1(4): 239–53.
- Setyawan, Aditya Pradana, and M H Suryanto. 2018. "Study Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 Pada Kontraktor PT. Wijaya Karya Bangunan Gedung Dalam Proyek Pembangunan Transmart Carrefour Sidoarjo." *Jurnal Rekats* 3(3): 1–11.
- Yuda, Araza, Arbarija Hafiz Lubis, and Erlangga Hakim Manurung. 2022. "Manajemen Pemasaran Perusahaan Di Indonesia Dalam Pasar Globalisasi." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi* 1(2): 319–31.