

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PT. AMARTHA
MANUNGAL PRIMA (ID EXPRESS) MEDAN JOHOR DENGAN METODE SERVICE
QUALITY

Oleh

Syahru Romadhon¹, Rizkha Rida², Muhammad Fiza Lubis³, Rizal Abdul Khoir⁴

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Al-Azhar

⁴Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sumatera Utara

Email: romadhonsyahru2000@gmail.com

Abstract

This research analyzes the level of customer satisfaction at PT. Amartha Manunggal Prima uses the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) indices. The research results show that customers are satisfied with the company's services, with the tangible, responsiveness, reliability, assurance and empathy dimensions reaching 81%, 81%, 81%, 82% and 80% respectively. Assurance has the most significant influence on customer satisfaction, reflecting high satisfaction with facilities and other physical aspects. Analysis of the level of conformity between customer expectations and service performance shows that the company has fulfilled customer expectations well. The tangible dimension reached 85.51%, responsiveness 87.18%, reliability 85.25%, assurance 86.69%, and empathy 86.09%. The IPA results identify priority improvements in all dimensions of service quality, with a focus on the use of advanced technology and timeliness of service. Customers expect technological innovation to increase efficiency, accuracy and speed of service, as well as on-time delivery according to promised schedules. This research suggests that companies need to optimize operational processes, including better scheduling, effective inventory management, and improved logistics systems to reduce waiting times and increase service efficiency.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Service Efficiency*

PENDAHULUAN

PT Amartha Manunggal Prima (iD Express) merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa transportasi dan logistik, dengan kantor pusat di Jakarta dan cabang-cabang di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk Medan, tepatnya di Kecamatan Medan Johor. Sebagai penyedia jasa layanan transportasi dan logistik, perusahaan ini telah memberikan manfaat signifikan bagi banyak pelanggan. Potensi pertumbuhan industri jasa pelayanan ini sangat besar, terutama dalam upaya perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan kepada konsumennya.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen krusial yang mencerminkan tingkat

kebahagiaan atau kekecewaan konsumen terhadap kinerja suatu produk atau layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), jika kinerja suatu produk atau layanan tidak memenuhi harapan konsumen, maka akan menimbulkan kekecewaan. Sebaliknya, jika kinerja tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan, maka konsumen akan merasa puas, atau bahkan sangat puas. Kotler dan Keller (2016) juga menekankan bahwa terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, emosi, harga, dan biaya. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam

pembentukan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku pembelian atau penggunaan layanan yang berulang di masa depan.

Pelayanan, yang didefinisikan sebagai aktivitas yang bermanfaat atau memberikan kepuasan yang ditawarkan kepada konsumen, dapat berbentuk tindakan atau perbuatan yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu. Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan suatu layanan dalam memenuhi keinginan pelanggan, yang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) (Tjiptono, 2001). Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan dipandang sebagai faktor yang signifikan dalam mendorong perilaku pembelian ulang.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, pelanggan menjadi semakin kritis dalam menuntut hak atas layanan berkualitas tinggi. Hal ini menjadi tantangan bagi PT Amarta Manunggal Prima (iD Express) untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi dasar penting bagi perusahaan dalam menyusun kebijakan yang berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan. Oleh

karena itu, diperlukan adanya “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PT Amarta Manunggal Prima (iD Express) Medan Johor Dengan Metode Service Quality” sebagai langkah evaluatif untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif dan kualitatif-kuantitatif untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan metode Mean Importance Mean Performance Analysis (IPA) atau analisis Tingkat Kepentingan

dan kinerja (kepuasan pelanggan) untuk menjawab pertanyaan tentang seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan atau penumpang setelah melihat kesenjangan (GAP) dan seberapa baik kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (kualitas pelayanan) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan menurut Martile dan James (dalam Supranto 2006). Service quality menurut Zeithaml (1990) (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005). Metode ini menggunakan asumsi bahwa kepuasan penumpang adalah fungsi-fungsi dari harapan konsumen akan aspek penting dari pelayanan dan kenyataan kinerja dari aspek tersebut, dengan skala likert yang terdiri dari

Tabel 1. Skala Likert

Jawaban Variabel		Bobot
Importance	Performance	
Sangat Puas	Sangat Penting	5
Puas	Penting	4
Cukup Puas	Cukup Penting	3
Tidak Puas	Tidak Penting	2
Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Penting	1

Didasarkan pada hasil penelitian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, dibuat perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan kepentingan PT. Amarta Manunggal Prima (iD Express) Kecamatan Medan Johor. Tingkat kesesuaian, yang dihasilkan dari perbandingan skor kinerja dan pelaksanaan dengan skor kepentingan, akan menentukan seberapa penting peningkatan komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Supranto, 2006).

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang dilambangkan oleh huruf X dan Y, dimana:

X = tingkat kesesuaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan/penumpang.

Y = tingkat kepentingan para pelanggan/penumpang.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Sementara sumbu tegak ($\bar{Y}$) akan mengandung skor tingkat harapan kepentingan, sumbu mendatar ($\bar{X}$) akan mengandung skor kinerja atau tingkat pelaksanaan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja/kepuasan

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram Kartesius adalah suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dipisahkan oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ($\bar{X}$, $\bar{Y}$). $\bar{X}$ adalah skor rata-rata untuk tingkat pelaksanaan semua komponen yang mempengaruhi kinerja

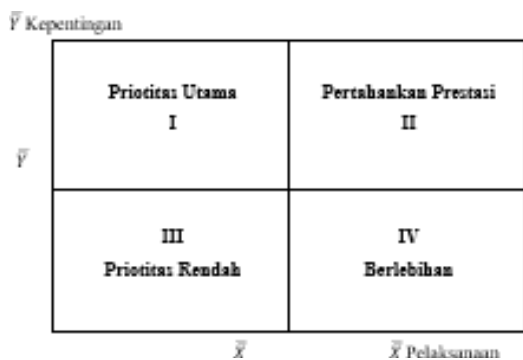
Perusahaan. Dan $\bar{Y}$ adalah rata-rata skor Tingkat kepentingan seluruh unsur yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{k=1}^n \bar{X}}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{k=1}^n \bar{Y}}{k}$$

K = banyaknya unsur atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Diagram Kartesius digunakan untuk memetakan dan membagi hasil perhitungan seperti gambar berikut:



Gambar 1. Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Kuadran I Prioritas Utama

Setelah menunjukkan elemen jasa yang dianggap penting dan berdampak pada kepuasan pelanggan, perusahaan gagal melaksanakan karmaya sesuai dengan harapan pelanggan, menyebabkan kekecewaan dan ketidakpuasan.

2. Kuadran II Pertahankan Prestasi

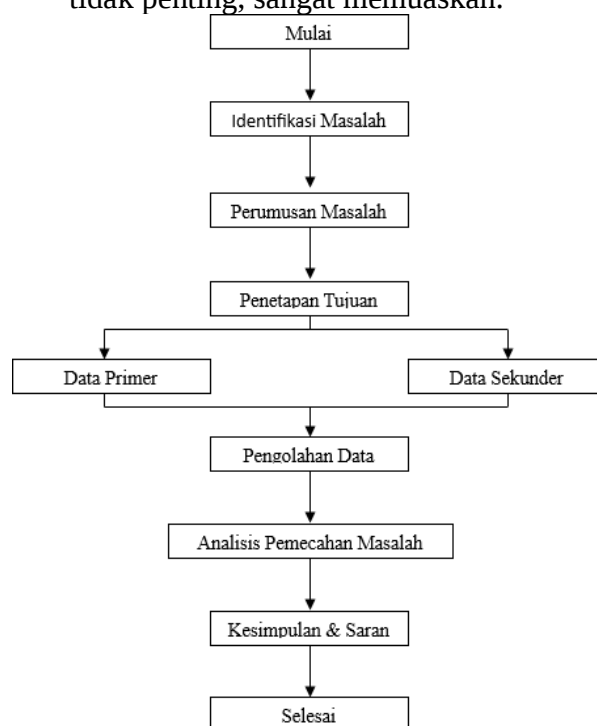
Menunjukkan komponen jasa utama yang telah dilaksanakan dengan baik dan harus dipertahankan dengan baik dianggap sangat penting dan memuaskan.

3. Kuadran III Prioritas Rendah

Menunjukkan elemen atau komponen yang tidak penting, sehingga perusahaan melakukannya secara berlebihan. Mereka dianggap tidak penting dan tidak memuaskan.

4. Kuadran IV Prioritas Berlebihan

Perusahaan terlalu banyak menunjukkan elemen jasa meskipun itu tidak penting. Meskipun dianggap tidak penting, sangat memuaskan.



Gambar 2. Flowchart Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

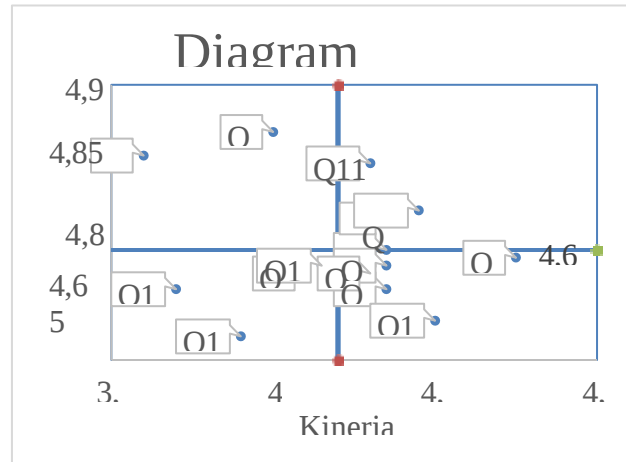
Dari 15 item pertanyaan yang diajukan kepada responden terkait harapan dan kinerja, diperoleh persentase angka yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh ID Express. Hal ini terlihat dari selisih rata-rata kinerja terhadap rata-rata harapan pelanggan. Berikut adalah tabel yang menunjukkan gap antara kinerja dan kepentingan (performance dan importance).

Tabel 2. Persentase Gap

No	Kuesioner	Kinerja	Harapan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Q1	3,92	4,81	81,56
2	Q2	4,02	4,66	86,34
3	Q3	4,15	4,68	88,59
4	Q4	4,07	4,69	86,68
5	Q5	4,07	4,64	87,75
6	Q6	4,07	4,67	87,10
7	Q7	4,00	4,84	82,63
8	Q8	4,06	4,66	87,07
9	Q9	4,07	4,73	86,06
10	Q10	4,09	4,74	86,33
11	Q11	4,06	4,80	84,60
12	Q12	4,10	4,60	89,14
13	Q13	3,94	4,64	85,05
14	Q14	3,98	4,58	86,85
15	Q15	4,03	4,67	86,37

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan MS Excel dan SPSS versi 25.0, item-item yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat dipetakan pada diagram kartesius, di mana sumbu X mewakili tingkatan kinerja dan sumbu Y mewakili tingkatan kepentingan.



Gambar 2. Diagram Kartesius Matrix IPA

Atribut-atribut di kuadran I ini memiliki tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kinerja rendah. Perusahaan harus segera memperbaiki aspek-aspek ini untuk memenuhi harapan pelanggan yaitu Q1 dan Q7. Atribut-atribut di kuadran II memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Perusahaan harus memastikan bahwa kinerja tinggi ini dipertahankan untuk terus memenuhi harapan pelanggan yaitu Q9, Q10, Q11. Atribut-atribut di kuadran III ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah. Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengalokasikan sumber daya yang lebih sedikit pada aspek-aspek ini karena dampaknya terhadap kepuasan pelanggan tidak terlalu signifikan yaitu Q2, Q13, Q14, Q15. Dan Atribut-atribut di kuadran IV ini memiliki tingkat kepentingan rendah namun tingkat kinerja tinggi. Perusahaan mungkin memberikan terlalu banyak perhatian pada aspek-aspek ini dan dapat mengurangi fokus serta sumber daya yang dialokasikan untuknya yaitu Q3, Q4, Q5, Q6, Q8, Q12.

1. Kuadran I Prioritas Utama

Kuadran ini memiliki tingkat kepentingan tinggi namun tingkat kinerja rendah. Perusahaan harus segera memperbaiki aspek-aspek ini untuk memenuhi harapan pelanggan. PT. Amarta Manunggal Prima (ID Express)

perlu meningkatkan teknologi peralatan mereka karena saat ini kinerjanya masih belum memadai (Q1). Pelanggan menganggap penting penggunaan teknologi mutakhir dalam peralatan yang dimiliki oleh perusahaan. Kinerja yang tinggi di area ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memenuhi harapan pelanggan. Untuk mempertahankan keunggulan ini, perusahaan harus terus berinvestasi dalam teknologi terbaru dan memastikan peralatan selalu dalam kondisi optimal. Selain itu, mereka harus memperbaiki ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji mereka karena hal ini sangat penting bagi pelanggan (Q7), karena ketepatan waktu dalam pelayanan adalah salah satu faktor kunci yang sangat dihargai oleh pelanggan. Kinerja yang tinggi di area ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat diandalkan dalam memenuhi janjinya. Perusahaan harus terus mempertahankan standar tinggi ini dengan memastikan proses operasional yang efisien dan responsif.

2. Kuadran II Pertahankan Kinerja

Kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Perusahaan harus memastikan bahwa kinerja tinggi ini dipertahankan untuk terus memenuhi harapan pelanggan. Pegawai PT. Amarta Manunggal Prima (ID Express) handal dalam memberikan pelayanan, dan hal ini harus terus dipertahankan (Q9), karena pelanggan menganggap penting kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan. Saat ini, kinerja di area ini masih di bawah harapan pelanggan. Perusahaan perlu meningkatkan pelatihan dan pengembangan pegawai agar mereka lebih handal dan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten. Kompetensi dan keahlian pegawai PT. Amarta Manunggal Prima (ID Express) dalam menjalankan tugas mereka sangat diandalkan oleh pelanggan (Q10), karena keahlian dan kompetensi pegawai adalah

faktor kunci yang dinilai penting oleh pelanggan. Kinerja saat ini masih kurang memuaskan. Perusahaan harus fokus pada program peningkatan keahlian dan kompetensi pegawai melalui pelatihan intensif, sertifikasi, dan pengembangan profesional untuk memastikan pegawai dapat menjalankan tugas mereka dengan baik. Pelanggan merasa aman dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT. Amarta Manunggal Prima (ID Express), dan kepercayaan ini perlu dijaga (Q11), karena rasa aman dalam pelayanan adalah aspek penting yang sangat dihargai oleh pelanggan. Meskipun penting, kinerja di area ini belum memenuhi harapan pelanggan. Perusahaan perlu meningkatkan langkah-langkah keamanan dan memastikan bahwa pegawai mampu memberikan pelayanan yang membuat pelanggan merasa aman dan terlindungi.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah. Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengalokasikan sumber daya yang lebih sedikit pada aspek-aspek ini karena dampaknya terhadap kepuasan pelanggan tidak terlalu signifikan. Meskipun fasilitas fisik pendukung dinilai baik (Q2), aspek ini tidak dianggap sangat penting oleh pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan mereka. Oleh karena itu, perusahaan bisa mempertimbangkan untuk tidak terlalu fokus pada peningkatan lebih lanjut di area ini. Pemahaman pegawai terhadap kebutuhan pelanggan dianggap kurang penting (Q14). Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk tidak menjadikan ini sebagai prioritas utama dalam strategi peningkatan kinerja. Dan meskipun penting untuk memahami dan menyelesaikan masalah pelanggan (Q15), atribut ini dinilai kurang signifikan oleh pelanggan dalam mempengaruhi kepuasan secara keseluruhan. Oleh karena itu,

peningkatan di area ini mungkin tidak memerlukan alokasi sumber daya yang besar.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Meskipun penampilan yang baik dan rapi dihargai oleh pelanggan (Q3), aspek ini tidak dianggap sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan mereka. Kinerja yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan sudah melakukan pekerjaan yang baik di area ini, tetapi perusahaan dapat mempertimbangkan untuk mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien jika diperlukan. Kecepatan tanggap dalam memberikan pelayanan dihargai, tetapi tidak dianggap sangat penting oleh pelanggan (Q4). Perusahaan telah menunjukkan kinerja yang tinggi di area ini. Oleh karena itu, perusahaan bisa mempertahankan standar ini sambil mengalokasikan sumber daya ke aspek yang lebih penting. Kesiapan dan ketanggapan pegawai saat dimintai bantuan dihargai oleh pelanggan, tetapi tidak dianggap sangat penting (Q5). Perusahaan telah mencapai kinerja yang baik di sini, dan bisa mempertahankan kinerja ini dengan alokasi sumber daya yang sesuai. Kesiapan dan ketanggapan pegawai dalam menanggapi permintaan pelanggan dinilai positif, tetapi harapannya rendah (Q6). Dengan kinerja tinggi yang sudah tercapai, perusahaan dapat mempertahankan standar ini sambil fokus pada aspek-aspek lain yang lebih penting. Serius dalam menanggapi masalah pelanggan dinilai baik (Q8), namun dianggap kurang penting. Kinerja tinggi yang sudah dicapai bisa dipertahankan dengan alokasi sumber daya yang lebih efisien. Kesabaran pegawai dalam memberikan penjelasan tentang pelayanan jasa dinilai positif, tetapi harapannya rendah (Q12). Kinerja yang baik di sini bisa dipertahankan dengan alokasi sumber daya yang proporsional.

Analisis Customer Satifacasion Index (CSI)

Tabel 3. Nilai Customer Satifacasion Index (CSI)

No	Kuesioner	MIS	MSS	WF	WS
1	Q1	4,81	3,92	0,340	1,333
2	Q2	4,66	4,02	0,329	1,324
3	Q3	4,68	4,15	0,331	1,373
4	Q4	4,69	4,07	0,335	1,363
5	Q5	4,64	4,07	0,331	1,349
6	Q6	4,67	4,07	0,334	1,358
7	Q7	4,84	4	0,340	1,361
8	Q8	4,66	4,06	0,327	1,330
9	Q9	4,73	4,07	0,332	1,353
10	Q10	4,74	4,09	0,335	1,371
11	Q11	4,8	4,06	0,339	1,378
12	Q12	4,6	4,1	0,325	1,334
13	Q13	4,64	3,94	0,334	1,316
14	Q14	4,58	3,98	0,330	1,312
15	Q15	4,67	4,03	0,336	1,355

PENUTUP

Kesimpulan

Analisis kepuasan pelanggan di PT. Amarta Manunggal Prima menunjukkan bahwa secara keseluruhan, pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, terutama pada dimensi jaminan (assurance) yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan. Meskipun perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan di berbagai dimensi layanan dengan tingkat kesesuaian yang tinggi, analisis Importance Performance Analysis (IPA) mengindikasikan perlunya prioritas pada penggunaan teknologi mutakhir (Q1) dan peningkatan ketepatan waktu layanan (Q7) untuk lebih meningkatkan efisiensi dan profesionalisme perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini, N., & Alhemp, R. (2021). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PT

- [2] HAWAII HOLIDAY HOTEL PEKANBARU. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(9), 1923-1930. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i9.367>
- [3] Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. "MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)". JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL 3 (1), 211-24. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>.
- [4] Dewa, C. B. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)". Perspektif, 16(1), 1–6.
- [5] Djarwanto PS. 2001. Statistik Non Parametrik, Bagian I Edisi 3 : BPFE-UGM Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- [6] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. Service, Quality, and Satisfaction. Andi.Yogyakarta.
- [7] Griselda, Gretel dan Panjaitan, Tagor Muda. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. DeReMa Jurnal Manajemen, 2(1): hal: 39-63.
- [8] Husein Umar. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali Ibrahim, Malik, dan Sitti Marijam Thawil. 2019. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 175-182.
- [9] Karlina, E., Rosanto, O., & Saputra, N. E. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplin Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Lurah Klender Jakarta Timur." Widya Cipta 7-16.
- [10] Kotler, Philip.1997, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- [11] Kotler, Philip and Kevill Lane Keller. 2016. Marketing Manajemen, 15th Edition, Person Education, Inc
- [12] Ma'rufah, Afni. 2023. "Strategi Service Quality Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Pendidikan". EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran 4 (2), 813-822. <https://jurnaledukasia.org/index.php/edukasia/article/view/355>.
- [13] M Yola, D Budianto, 2013. Jurnal Optimasi Sistem Industri, josi.ft.unand.ac.id
- [14] Novia Jackxander, 2018. Analisis Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PT. SPC Saliman Food (Studi Kasus : Jabodetabek)
- [15] Oliver, R.L. (1997) Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. The McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- [16] Pranitasari, Diah, and Ahmad Sidqi. 2021. "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius". Jurnal Akuntansi Dan Manajemen 18 (2), 12 - 31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>.
- [17] Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valerie A. 1988, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". Journal of

- Retailing, Vol;. 64 (Spring), pp. 12-40.
- [18] Putu Diah Asrida, 2019. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Ayu Nadi Panjer, Vol. 20 No. 2, Oktober 2019 e-ISSN 2613-9308 p-ISSN 1907-3232
- [19] Prananda, Yandra, Dyah Rachmawati Lucitasari, and Muhammad Shodiq Abdul Khannan. 2019. "PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN." OPSI – Jurnal Optimasi Sistem Industri 1-11.
- [20] Supranto, Johannes. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- [21] Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
- [22] Wariani, Putri, Syahmardi Yacob, and Agus Solikhin. 2023. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI DI
- [23] HELLOSAPA COFFEE JAMBI ". Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan 12 (03):808-18. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i03.22651>.