

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Ritel Erablue Di Tangerang

Diky Purba Winata

Universitas Pembangunan Jaya

Email : diky.purbawinata@student.upj.ac.id.

Adiel Kusuma Anugrah

Universitas Pembangunan Jaya

Email : adiel.kusumaanugrah@student.upj.ac.id.

Alamat: Jl. Cendrawasih Raya Bintaro Jaya, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15413

Korespondensi penulis: diky.purbawinata@student.upj.ac.id.

Abstract.

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Erablue Electronic Shop in Tangerang City. This research uses quantitative methods using SPSS 25 software as a hypothesis test. This study uses a measurement instrument in the form of an interval scale which requires respondents to express the effect of service quality on their satisfaction in shopping, using a Likert scale. The data collection technique used a judgmental sampling method with a sample size of 120. The results of this study indicate that Service Quality has a positive effect on Customer Satisfaction at Erablue Electronic Stores in Tangerang City.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Erablue in Tangerang City

Abstrak.

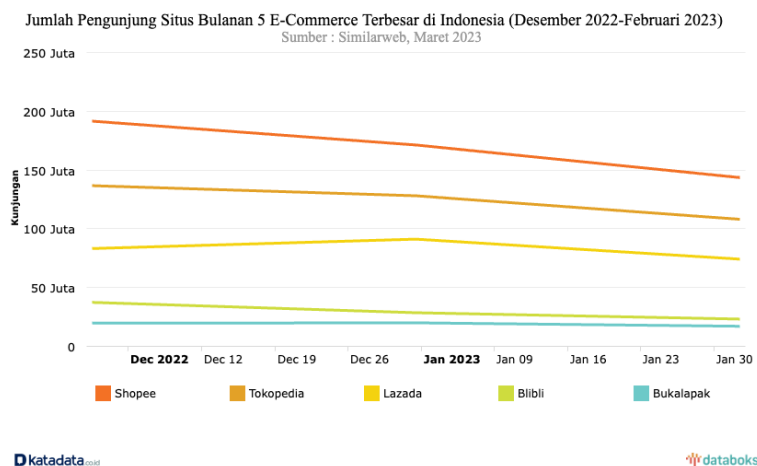
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Elektronik Erablue di Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan *software* SPSS 25 sebagai uji hipotesis. Penelitian ini menggunakan instrumen pengukuran berupa skala interval yang mengharuskan responden untuk mengemukakan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mereka dalam berbelanja, dengan menggunakan skala Likert. Teknik pengumpulan data menggunakan metode *judgemental* sampling dengan pengambilan sampel sebanyak 120. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Elektronik Erablue di Kota Tangerang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Erablue di Kota Tangerang.

LATAR BELAKANG

Semakin bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun, maka semakin banyak juga kebutuhan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dan seiring berkembangnya zaman menuju ke era yang modern, maka semakin tinggi juga kebutuhan manusia terkait barang-barang elektronik. Hal ini dibuktikan dengan industri ritel di Indonesia yang terus berkembang dalam sektor ekonomi, khususnya dalam penjualan produk elektronik. Namun, perkembangan teknologi juga menjadikan persaingan bisnis menjadi sangat ketat antara bisnis ritel *offline* dan ritel *online* (Ridha & Mardiananingrum, 2019). Selain harus menawarkan harga yang kompetitif dan inovasi dalam penjualan, dalam industri ini juga harus menawarkan pengalaman yang baik pada pelanggan berupa pelayanan yang optimal.

Beberapa penelitian sebelumnya sudah menjelaskan bahwa bisnis ritel *online* atau *e-commerce* meningkat sangat pesat efek pandemik *Covid-19* yang mengharuskan konsumen tidak bisa keluar rumah. Namun berdasarkan data SimilarWeb yang menunjukkan tren kunjungan ke situs *e-commerce* di Indonesia menurun pada awal 2023. Hal itu terjadi pada 5 *e-commerce* dengan pengunjung terbesar, yakni Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Adapun menurut Bank Indonesia (BI), sepanjang tahun 2022 nilai transaksi *e-commerce* nasional hanya mencapai Rp476,3 triliun, lebih rendah dari target awal BI yang besarnya Rp489 triliun. Nilai transaksi ini turun dari target karena adanya pelonggaran pembatasan aktivitas terkait *Covid-19*, yang kemudian mendorong masyarakat kembali berbelanja di toko konvensional. Pengalaman berbelanja secara langsung dan mendapatkan pelayanan yang baik dari pelaku bisnis ritel secara offline juga menjadi factor konsumen saat ini lebih memilih berbelanja secara langsung.



Sumber : KataData (2023)

Gambar 1. Grafik pengunjung ke situs e-commerce

Menurut Jewahan (2022) pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan kegiatan pemasaran jasa dalam usaha bisnis *offline* ritel elektronik di Indonesia. Untuk menonjol dari persaingan, sebuah bisnis harus memiliki wawasan tentang pelanggannya selain wawasan layanan atau kualitas sehingga dapat lebih memenuhi harapan mereka.

Mengutamakan kepuasan konsumen merupakan aspek yang berpotensi dan menjadi tantangan bagi perusahaan dalam persaingan pasar (Wang, Lu, & Tan, 2018). Suatu perusahaan atau toko harus memenuhi persyaratan penting agar dapat memajukan diri dalam persaingan

pasar dengan terus berupaya mencapai tujuan akhir, yaitu menciptakan dan mempertahankan konsumen, karena tanpa loyalitas dan kepuasan konsumen, perkembangan perusahaan menjadi sulit (Setiawan, Qomariah, & Hermawan, 2019). Salah satu strategi utama untuk meraih kesuksesan dalam tujuan bisnis adalah memberikan pelayanan berkualitas kepada konsumen (Armanto, 2018). Untuk mencapai tujuan ini, setiap perusahaan perlu memahami harapan dan kebutuhan konsumen serta menawarkan harga yang sesuai dengan produk mereka agar diterima dengan baik oleh konsumen (Kamaludin, 2019).

Penelitian sebelumnya fokus pada pengaruh dimensi kualitas pelayanan ritel terhadap kepuasan konsumen, namun dalam bisnis ritel elektronik toko fisik di Indonesia dimensi ini masih sangat jarang dibahas. Meskipun ada beberapa penelitian yang membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis ritel, namun penelitian tersebut tidak secara khusus membahas bisnis ritel elektronik toko fisik. Selain itu, penelitian yang ada juga belum mengeksplorasi secara mendalam mengenai dimensi kualitas pelayanan ritel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis ritel elektronik toko fisik di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian yang fokus pada pengaruh dimensi kualitas pelayanan ritel terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis ritel elektronik toko fisik di Indonesia dapat menjadi kontribusi yang penting bagi pengembangan bisnis ritel di Indonesia.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melihat pelayanan yang dilakukan oleh para pengusaha ritel khususnya pada sektor bisnis elektronik dengan toko fisik. Di tengah persaingan penjualan melalui *e-commerce* dan bentuk layanan yang berbeda dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini bertujuan sebagai bahan kajian di masa mendatang, dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada bisnis ritel elektronik dengan toko fisik terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk secara langsung.

Melalui halaman website resminya, PT Era Blu Elektronik (*“EraBlue Electronics”*) didirikan pada Desember 2021 dan merupakan toko eceran yang memberikan akses kepada pelanggan akan beragam produk, mulai dari barang elektronik konsumen yaitu: TV, Kulkas, Mesin Cuci, AC dan lain-lain, hingga peralatan rumah tangga seperti Penanak Nasi, Kompor, Setrika, dan sebagainya. Toko EraBlue juga menawarkan Handphone, Tablet, Laptop, dan Aksesoris.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya Toko EraBlue berupaya menawarkan produk-produk dengan harga terjangkau untuk menarik minat pembeli. Kualitas pelayanan yang tinggi dianggap sebagai faktor utama yang akan meningkatkan tingkat

kepuasan pelanggan, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009). Dengan demikian, dalam persaingan pasar yang ketat, upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman yang memuaskan menjadi hal yang penting bagi keberhasilan perusahaan ritel.

KAJIAN TEORITIS

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan atribut dan karakteristik dari produk atau jasa yang bergantung pada kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan implisit yang ada. Kualitas layanan ini mengandung beberapa dimensi yang mencerminkan evaluasi konsumen terhadap pemberian pelayanan oleh penyedia produk atau jasa, yang bertujuan untuk menilai apakah pelayanan tersebut dianggap baik atau buruk. Dengan bantuan dimensi-dimensi ini, kita dapat memahami pandangan dan harapan konsumen terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Lima dimensi Service Quality menurut Kotler dan Keller dalam Alaan (2016) mencakup: Keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dan perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap tingkat produk yang sebenarnya atau aktual dengan kinerja dan kinerja sesuai dengan harapan. Kepuasan pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai tingkat emosi manusia ketika kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kotler menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana tingkat produk dan layanan yang dirasakan memenuhi harapan pelanggan atau pembeli (Rohaeni & Marwa, 2018). Peter dan Olson dalam Satryawati (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsep penting dalam teori pemasaran dan riset pelanggan. Ada kepercayaan umum bahwa jika konsumen puas dengan suatu produk atau merek, mereka akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang kepuasan mereka membeli produk tersebut.

Menurut Normasari et al., (2013) dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien (β) sebesar 0,421 dan t hitung sebesar 4,872. Pengaruh ini signifikan dengan nilai p-value sebesar 0,000 ($p < 0.05$) H_0 ditolak, maka hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan

diterima dengan kontribusi sebesar 17,70%. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal yang sama juga didapatkan pada penelitian Putri et al., (2021), yaitu pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan, sehingga variabel kualitas pelayanan memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kotler menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu proses kerja yang bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan peningkatan kualitas secara terus menerus melalui proses produksi dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Kualitas layanan dapat memotivasi pelanggan untuk terlibat dalam produk dan layanan, beberapa faktor untuk meningkatkan kinerja bisnis. Untuk menjaga kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting untuk mempertahankan pelanggan sesuai kebutuhan pasar. Banyak hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Purwasih (2018); Panjaitan dan Yuliati (2016), Muiz, Rachma dan Slamet (2019); Rahmadani, Suardana dan Samudra (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Ibrahim & Thawil, 2019).

Dengan ini, peneliti mengajukan hipotesis penelitian yang akan disesuaikan dengan target sampel dalam penelitian sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Erablue Tangerang.

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Erablue Tangerang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menyelidiki perilaku sekelompok individu dalam populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan instrumen pengukuran yang mengharuskan responden untuk mengemukakan pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko EraBlue terhadap kepuasan mereka dalam berbelanja, dengan menggunakan skala Likert. Proses analisis data dilakukan secara statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan di Toko EraBlue yang terletak di Kota Tangerang pada bulan Juli dan Agustus tahun 2023. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan pada konsumen yang hanya berkunjung ataupun yang terlibat dalam pembelian. Dalam hal ini didapatkan 120 orang responden dengan pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *judgemental sampling*. Data yang telah terkumpul dari hasil pendistribusian responden kemudian diuji validitas dan reliabilitas yang dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan software SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dimana : Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan valid. Dan jika r hitung $<$ r tabel, maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan tidak valid. Untuk mendapatkan nilai r tabel kita bisa melihat data signifikansi validasi yang terdiri dari 5% dan 1%. Dalam penelitian ini penulis menggunakan validasi 5%. Untuk 120 responden nilai r tabelnya adalah 0.1779 untuk mendapatkan nilai r hitung kitamenggunakan aplikasi SPSS 25. Berikut hasil validitas instrumen soal.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Instrumen

Variable	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0.811	0.1779	Valid
	2	0.797	0.1779	Valid
	3	0.778	0.1779	Valid
	4	0.851	0.1779	Valid
	5	0.617	0.1779	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	0.645	0.1779	Valid
	2	0.647	0.1779	Valid
	3	0.693	0.1779	Valid
	4	0.748	0.1779	Valid

	5	0.834	0.1779	Valid
	6	0.676	0.1779	Valid
	7	0.364	0.1779	Valid

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen dimana $N = 120$ dan r tabel adalah 0.1779, berdasarkan analisis di atas menunjukkan semua butir pertanyaan dapat digunakan karena r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas.

2. Uji Reliabilitas

Ketentuan uji reliabilitas menurut (Ghozali, 2015) yaitu, jika Cronbach's Alpha (α) $> 0,60$ maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliabel. Dan Jika Cronbach's Alpha (α) $< 0,60$ maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel. Berikut hasil perhitungan Reliabilitas instrumen:

Tabel 2. Hasil Perhitungan Reabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.828	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.837	0.60	Reliabel

Sumber : data diolah (2023)

3. Analisa Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.990	1.078		7.412	.000
	Kualitas Pelayanan	.750	.076	.672	9.853	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil penghitungan koefisien regresi sederhana di atas memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 7.990 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,750. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y=7.990+0,750X$. Berdasarkan persamaan di atas diketahui nilai konstantanya sebesar 7.990. Secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat kualitas pelayanan 0, maka kepuasan pelanggan memiliki nilai 7.990. Selanjutnya nilai positif (0,750) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (kualitas pelayanan) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah searah, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan 0,750.

Perumusan hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Erablue Tangerang.

Ha : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Erablue Tangerang.

1) Penetapan kriteria

Besarnya nilai t tabel untuk taraf signifikan 5% db = 118 (db = N -2 untuk N =120) yaitu 7.412.

2) Hasil t hitung

Hasil t hitung diperoleh dengan menggunakan SPSS 25.0 for windows yaitu sebesar 7.412.

3) Pengambilan keputusan

Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dari hasil perhitungan t hitung sebesar 9,853 di atas dibandingkan dengan t tabel (db = 118) yaitu 7,412 taraf signifikan 5%, jadi t hitung > t tabel maka Ha diterima dan Ho di tolak. Dengan kata lain menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha) untuk pengujian kedua variabel. Berdasarkan tabel 6 maka diperoleh variabel Kualitas Pelayanan t hitung = 9,853 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti Ha yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Erablue di Kota Tangerang.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.672 ^a	.451	.447	2.34111
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Nilai R yang merupakan simbol dari koefisien. Pada tabel diatas nilai kolerasi adalah 0,672. Nilai ini dapat Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori cukup. Melalui tabel di atas juga diperoleh nilai R Square atau koefisien determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 45,1%. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 45,1% terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas dapat dilihat adjusted R square sebesar 0,447 atau sebesar 44,7%. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Erablue di Kota Tangerang 44,7 % dan 55,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Erablue di Kota Tangerang. Hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bisnis ritel ini, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Saran berdasarkan dari hasil ini diharapkan pihak manajemen Erablue di Kota Tangerang, dapat menjaga kualitas pelayanan yang sudah tercipta dengan cukup baik. Hal-hal yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan diantaranya seperti melengkapi fasilitas-fasilitas pada Erablue di Kota Tangerang, melakukan pelayanan yang ramah kepada konsumen, cekatan saat konsumen meminta bantuan, serta memberi kemudahan transaksi kepada konsumen, karena dengan kualitas pelayanan yang baik tentunya akan tercipta kepuasan pelanggan.

Peneliti juga mempunyai harapan supaya penelitian ini dapat dibuat referensi untuk penelitian berikutnya. Karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, maka untuk penelitian berikutnya lebih mengembangkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti variabel harga, pemberian diskon ataupun kualitas produk, sehingga nantinya bisa diketahui seberapa besar kontribusi variabel lain mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahdiat, A. (2023). *Awal 2023 Pengunjung E-Commerce Indonesia Menurun*. Katadata Media Networks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun>.
- Alaan, Y. (2016). Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance) terhadap Customer Satisfaction: Penelitian pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 15(2). <https://doi.org/10.28932/jmm.v15i2.18>
- Armanto, I. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1282-1309.
- Erablue, Electronics. (2023). Electronic Retail in Indonesia. Available at: <https://www.erablue.id/introduksi>, diakses tanggal 8 Oktober 2023.
- Ge, Z., Chen, D., Zhang, J., Rao, J., Yin, J., Wang, D., Wan, X., Shi, W., & Liu, S. (2007). Facile synthesis of dumbbell shaped dendritic linear dendritic triblock copolymer via reversible addition-fragmentation chain transfer polymerization. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. (Semarang, Badan Penerbit Undip. 2010)
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Jewahan, S. F., Maryen, A., & Kastanya, J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Alfamart Kota Sorong. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 305–312. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1250>.
- Kamaludin, A. (2019). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotik Puji Lestari Majalengka. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 47-55.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*.
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen GrabBike Online di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(10).
- Normasari dkk. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 77767.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. DeReMa (Development Research of Management). *Jurnal Manajemen*, 11(2), 265.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahmadani, F., Suardana, I. M., & Samudra, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 123-135.

- Ridha, M., & Mardiananingrum, W. R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pada Pelayanan Tempat Usaha Ritel Indomaret Di Kelurahan Kukusan Depok. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 1(2), 30–36. <https://doi.org/10.7454/jabt.v1i2.44>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Melayani Lebih Baik BAB 1 DAFPUS*. 2(2), 312–318.
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 114-126.
- Wang, Y., Lu, X., & Tan, Y. (2018). Impact of product attributes on customer satisfaction: An analysis of online reviews for washing machines. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1-11.