

STRATEGI METODE PELAYANAN KONSUMEN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MELALUI RESPONSIF DAN EMPATI PRAMUNIAGA ALFAMART PALABUHAN RATU

Lalu Reza Amartha¹, Azmil Umur²

Universitas Nahdlatul Ulama^{1,2}

e-mail: lrezaamartha@gmail.com

ABSTRAK

Pelayanan konsumen yang responsif dan empati pramuniaga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan konsumen yang responsif dapat membantu pelanggan merasa dihargai dan penting bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif dan empati pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi. Untuk mengetahui apakah responsif dan empati pramuniaga Alfamart Pelabuhan ratu Sukabumi berdampak positif pada kepuasan konsumen. Metode penelitian adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data survei pelanggan. populasi yang ada sebanyak 17 gerai akan diambil 5 gerai sebagai tujuan observasi. Lokasi penelitian ini di jl. Raya cisolok km 8 No 23. Jenis penelitian adalah survey, dimana data dicatat seperti apa adanya, untuk kemudian menganalisis dan menafsirkan data tersebut. Hasil penelitian menunjukan: Kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif memiliki kategori sangat puas sebesar 55% dan kurang puas sebesar 2%, melalui empati memiliki kategori sangat puas sebesar 63% dan kurang puas sebesar 0%. Oleh karena itu, kualitas pelayanan konsumen sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Pelayanan yang responsif dan empati pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi sangat berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Pelayanan konsumen, kualitas pelayanan, responsif dan empati*

ABSTRACT

Responsive customer service and salesperson empathy are important factors that can affect customer satisfaction. Responsive customer service can help customers feel valued and important to the company, thereby increasing customer satisfaction and strengthening their loyalty to the company. This study aims to determine the effect of customer service quality on company performance through responsiveness and empathy of Alfamart salespersons in Pelabuhan Ratu Sukabumi. To find out whether the responsiveness and empathy of Alfamart salespersons in Pelabuhan Ratu Sukabumi have a positive impact on customer satisfaction. The research method is a quantitative method using customer survey data. The existing population of 17 outlets will be taken 5 outlets as observation objectives. The location of this research is on Jl. Raya Cisolok km 8 No. 23. The type of research is a survey, where data is recorded as it is, to then analyze and interpret the data. The results of the study show: The quality of customer service to company performance through responsiveness has a very satisfied category of 55% and less satisfied by 2%, through empathy has a very satisfied category of 63% and less satisfied by 0%. Therefore, the quality of customer service greatly influences company performance. Responsive service and empathy of Alfamart salespersons in Pelabuhan Ratu Sukabumi have a very positive impact on customer satisfaction.

Keywords: *Customer service, service quality, responsiveness and empathy*

PENDAHULUAN

Pelayanan konsumen yang responsif dan empati pramuniaga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan konsumen yang responsif dapat membantu pelanggan merasa dihargai dan penting bagi perusahaan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka terhadap perusahaan. Pramuniaga yang memiliki kemampuan empati dapat membantu pelanggan merasa dipahami dan dihargai,

sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan konsumen yang baik akan memperoleh kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Yusuf, et al, 2022, Arna, et al, 2019, Setiawan, et al, 2019).

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu titik ukur dari perkembangan suatu perusahaan atau instansi. Hal tersebut dapat dinilai dari kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, diperlukan pelayanan yang baik. Ini penting mengingat berbagai kegiatan bisnis bermuara pada trust yang harus dijaga serta dinamika pasar yang terus berkembang ditambah persaingan bisnis yang terus meningkat dengan hadirnya competitor yang menawarkan pelayanan yang lebih baik. Potensi sumber daya serta kenerja yang baik merupakan elemen yang penting untuk memiliki keunggulan bersaing dalam ketatnya persaingan bisnis tersebut (Arianto & Difa, 2020, Aryandi & Onsardi, 2020, Asti & Ayuningtyas, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan puas. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaanya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus menjual barang dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas (Kasinem, 2021, Maimunah, 2020, Mariansyah & Syarif, 2020).

Dengan kualitas yang baik mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak mengenakan dari konsumen. Pelayanan konsumen yang responsif dan empati dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan seperti responsif dan empati juga dapat menjadi faktor penting dalam model pelayanan konsumen yang efektif (Anggraini & Budiarti, 2020, Sunarsi, 2020, Tombeng, et al, 2019).

Ritel merupakan suatu usaha bisnis di dalam memasarkan barang atau jasa terhadap konsumen akhir yang digunakan untuk keperluan pribadi maupun rumah tangga. Dari berbagai pendapat tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa industri ritel merupakan industri bisnis yang aktivitasnya memberikan upaya maksimal melalui strategi bauran ritel agar barang atau jasa yang ditawarkan ke end user memiliki nilai tambah (*added value*) sehingga konsumen merasa puas (*satisfy*) terhadap produk atau jasa yang telah dibeli. Adapun perusahaan ritel yang ada saat ini terus mengembangkan strategi usahanya dengan cara melakukan penembusan pasar dan

strategi penetapan harga, jadi baik dari sistem informasi maupun dari sisi manajemen terus diperbaiki agar mampu bersaing di tengah kondisi penjualan yang menurun cukup signifikan (Tannady, et al, 2022, Iqbal, 2021, Prasetyo, et al, 2020).

Industri ritel merupakan salah satu industri yang terus berkembang di Indonesia, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan populasi yang semakin besar. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan memilih Alfamart sebagai Obyek, karena Alfamart merupakan salah satu

jaringan minimarket yang bergerak dibidang ritel terbesar di Indonesia, karena memiliki banyak sekali cabang di Indonesia. Perusahaan Alfamart bergerak dibidang ritel, maka Alfamart harus memastikan bahwa pramuniaganya dapat memberikan pelayanan konsumen yang baik untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang responsif dan empati pramuniaga yang akan menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasaan pelanggan dari kinerja perusahaan. Penelitian ini akan dilakukan di Palabuhanratu Sukabumi, karena daerah ini merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak toko Alfamart (Khairi, 2022, Marthalia, et al, 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif dan empati pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi. (2) Untuk mengetahui apakah responsif dan empati pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi berdampak positif pada kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data survei pelanggan. Metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosialogi dan psikologis dari sampel. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 17 gerai alfamart yang berada di area palabuhan ratu sukabumi (data diambil dari data kecamatan sesuai daerah). Dari populasi yang ada akan diambil 5 gerai sebagai tujuan observasi. Lokasi penelitian ini di jl. Raya cisolok km 8 No 23. Penelitian dimulai dengan melakukan studi pendahuluan meliputi studi lapangan atau observasi langsung ke tempat penelitian, masalah yang ada dan tujuan melakukan survei pelanggan.

Jenis penelitian adalah survey, dimana data dicatat seperti apa adanya, untuk kemudian menganalisis dan menafsirkan data tersebut. Penelitian menggunakan data primer, berupa jawaban hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen Alfamart pada gerai yang ada di pelabuhan ratu dengan jumlah lima gerai meliputi kepuasan konsumen terhadap pelayanan yg responsif, empati, dan integritas. Metode pengumpulan data primer menggunakan kuisioner, yaitu sekumpulan pertanyaan yang diajukan pada beberapa konsumen Alfamart.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh data yang akurat dan obyektif terhadap 2 unsur pelayanan yang telah ditetapkan, dan ditanyakan kepada masyarakat melalui survei dengan menggunakan wawancara berisi pertanyaan tentang: 1) Profil responden (nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan), 2) Jenis pelayanan yang pernah digunakan, 3) Rating untuk pelayanan, 4) Apakah puas dan atau tidak puas.

Untuk mempermudah arah penelitian ini yang terdiri dari satu variabel dengan lima indikator, maka dilakukan operasional variabel dengan skala ordinal. Ordinal adalah skala yang

di sarankan pada rangking diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai sampai jenjang terendah atau sebaliknya. Berikut adalah tabel operasional variabel ;

Tabel 1. Tabel operasional variable

Konsep	Variabel	Indikator	Dimensi sub indikator	Skala ukuran
Kualitas pelayanan suatu aktivasi atau segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen (Fandy Tjiptono,2004)	Kualitas penawaran	1 Daya tanggap (Responsif)	1.Ketanggapan dalam memberikan pelayanan. 2.Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan dan kebutuhan konsumen.	Ordinal
		2 Empati (Empathy)	1.Keramahan dan kesopanan karyawan 2.Kepedulian karyawan	Ordinal

Pada penelitian ini, penulis akan menyajikan data responsif dan empati yang diperoleh dari hasil penelitian dengan metode penelitian yaitu metode survey dan mengisi kuisioner yang sudah dibagikan kepada para responden sebanyak 100 orang.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif dan empati pramuniaga Alfamart di Pelabuhan rati Sukabumi dengan membagi dari 100 orang menjadi 50 orang untuk responsif dan 50 orang untuk empati. Berikut data responsif dan empati yang diperoleh:

Tabel 2. Tabel Responsif

No	Item Penilaian	Kategori Penilaian					Jumlah
		Sangat puas	Puas	Cukup puas	Kurang puas	Tidak puas	

1	Ketanggungan dalam memberikan pelayanan	30	15	2	2	0	50
2	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan dan kebutuhan konsumen	25	20	2	1	1	50
Jumlah		55	35	4	3	1	100
Rata - rata		27,5	17,5	2	1,5	1	50
Presentasi		55%	35%	4%	3%	1%	100

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa tanggapan dari responden untuk responsif pada Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi dari 50 orang sebanyak 27,5 orang (55%) dinyatakan sangat puas, sebanyak 17,5 orang (35%) dinyatakan puas, sebanyak 2 orang (4%) dinyatakan cukup puas, sebanyak 2 orang (2%) dinyatakan kurang puas, dan sebanyak 1 orang (2%) dinyatakan tidak puas. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan responsif pada Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi dinyatakan sangat puas, hal ini dapat dilihat dari berapa banyak orang yang merasa sangat puas dan daya tanggap karyawan dalam membantu konsumen.

Tabel 3. Tabel Empati

No	Item	Kategori Penilaian					Jumlah
		Penilaian	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	
1	Keramahan dan kesopanan karyawan	35	10	3	2	0	50
2	Kepedulian karyawan	28	15	5	2	0	50
Jumlah		63	25	8	4	0	100
Rata - rata		31,5	12,5	4	2	0	50
Presentase		63%	25%	8%	4%	0%	100%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa tanggapan dari responden untuk empati pada Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi dari 50 orang sebanyak 31,5 orang (63%) dinyatakan sangat puas, sebanyak 12,5 orang (25%) dinyatakan puas, sebanyak 4 orang (8%) dinyatakan

cukup puas, sebanyak 2 orang (4%) dinyatakan kurang puas, dan sebanyak 0 orang (0%) dinyatakan tidak puas. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan empati pada Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi dinyatakan sangat puas, hal ini dapat dilihat dari berapa banyak orang yang merasa sangat puas dan keramahan dan kesopanan karyawan serta kepedulian atau bantuan karyawan kepada konsumen.

Pembahasan

Hasil tingkat kepuasan pelanggan, survey diambil dari 100 jumlah konsumen yang masuk dan berbelanja di alfamart palabuhanratu melalui wawancara, data diambil dengan observasi secara langsung (Nurul, Tia, dan Nisa. Februari 2023). Berikut adalah hasil tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Tingkat kepuasan pelanggan

No	Kategori	Internal nilai	Bobot
1	Sangat Puas	>97	55
2	Puas	87 - 97	23
3	Cukup Puas	77 - 87	10
4	Kurang Puas	67 - 77	2
5	Tidak puas	>50	0
Total			100

Tabel di atas menunjukkan bahwa, dari 100 konsumen yang memasuki dan berbelanja di alfamart Palabuhanratu berada di tingkat kepuasan yang sangat baik. Dapat dilihat dari 100 konsumen 55 diantaranya menilai bahwa pelayanan yang responsif dan empati pramuniaga alfamart dinilai sangat baik.

Hasil kuisioner dari 100 responden, variabel kualitas pada kategori sangat puas memiliki bobot 55 konsumen, sedangkan pada kategori tidak puas memiliki bobot 0 konsumen, artinya sebagian besar responden memberi respon baik terhadap kualitas pelayanan Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi, dengan kata lain kualitas pelayanan Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi sudah memberikan kualitas yang menurut konsumen sebagian besar kualitas pelayanannya sudah baik, namun masih ada beberapa yang harus diperhatikan karena masih ada sekitar 2 bobot pada kategori cukup baik agar pendapat konsumen dapat berubah yang awalnya kurang puas menjadi sangat puas pada pelayanannya.

Berdasarkan hasil data dari responsif dan empati yang diperoleh : hasil analisis kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif bisa dilihat pada tabel 2. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa responsif memiliki kategori sangat puas 55%, sedangkan untuk kategori tidak puas memiliki 2%, yang artinya bahwa responden memberikan respon baik pada kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif pada Alfamart Pelabuhan ratu Sukabumi, dan terbukti bahwa pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi memberikan pelayanan dan cepat dan efektif terhadap keluhan dan kebutuhan konsumen.

Hasil analisis kualitas pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui empati bisa dilihat pada tabel 3. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa empati memiliki kategori sangat puas sebesar 63%, sedangkan untuk kategori kurang puas sebesar 0%, yang artinya bahwa responden memberikan respon yang sangat baik terhadap kualitas pelayanan konsumen

terhadap kinerja perusahaan melalui empati pada pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi, dan terbukti bahwa pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi dapat memahami perasaan pelanggan dan memberikan solusi yang tepat terhadap kemauan konsumen.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis pada responden sebanyak 100 orang tentang kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada kinerja perusahaan Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi melalui responsif dan empati pramuniaga pada konsumennya sudah sangat baik dilihat dari hasil analisis responsif dan empati. Maka dari itu, kualitas pelayanan konsumen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, karena dengan adanya pelayanan baik yang diberikan oleh pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik perusahaan pun meningkat di mata semua konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa responsif berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa semakin baik dan cepat responden yang diberikan usaha dalam pelayanannya tersebut maka secara signifikan akan menguatkan kepuasan konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa semakin kuat empati yang dirasakan dalam memberikan pelayanan konsumen pada usaha tersebut maka secara signifikan akan menguatkan kepuasan konsumen tersebut. Empati berkaitan dengan memberikan perhatian hampir sama dengan responsif akan tetapi seorang karyawan harus memberikan perhatian penuh secara pribadi agar mampu berkomunikasi dengan baik dan pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan olehnya tidak merasa dipersulit.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang sudah dilakukan terhadap pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi, untuk mengetahui pengaruh strategi pelayanan konsumen terhadap kinerja perusahaan melalui responsif dan empati, maka dapat disimpulkan bahwa dengan strategi tersebut dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan melihat pelayanan responsif dan empati dengan responden memberikan respon yang baik terhadap pelayanan konsumen yang dilakukan oleh pramuniaga Alfamart di Pelabuhan ratu Sukabumi. Dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan konsumen yang dilakukan oleh pramuniaga alfamart sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. karena dengan strategi responsif dan empati dapat menambah jumlah konsumen secara signifikan.

Dengan hasil data analisis survey terbukti bahwa pelayanan responsif berada dikategori sangat puas sebesar 55% dari populasi 50 orang. Sedangkan pelayanan empati berada di kategori sangat puas sebesar 63%. Maka dari itu, bahwa pelayanan responsif dan empati sangat berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Arna, W. B., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Statistika dan Matematika*, 1(1).
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Iqbal, A. (2021). Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 22-36.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Khairi, A. (2022). Analisis Industri Ritel Di Kota Padang Tanpa Keberadaan Dua Waralaba Ritel Indomaret Dan Alfamart. *Journal Of Science Education And Management Business*, 1(1), 48-53.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Marthalia, D., & Permana, K. W. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, tbk (alfamart talang kelapa 2). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 16-29.
- Prasetyo, Tedjakusuma, A., Delananda, A., & Andajani, E. (2020). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Industri Ritel di Indonesia. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 21-29.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 7-13.
- Tannady, H., Wardhana, A., Nuryana, A., Sesario, R., Arief, I., Suryawan, R. F., ... & Hernawan, M. A. (2022). Analisis Peran Service Quality Dan Brand Awareness Dalam Meningkatkan Consumer Satisfaction Pada Industri Ritel Food & Beverage (Studi Kasus Foodpedia). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5282-5289.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).

Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 786-801.