



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**Studi Fenomenologi Dalam Praktik Peningkatan Kepuasan Pelanggan
Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan di Toko Bangunan Enggal Laris**

Oleh:

Muhammad Azriel Ariansyah	(2112010411)
Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M	(0727127801)
Moch. Wahyu Widodo, M.M	(0721088505)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Judul Penelitian | : Studi Fenomenologi Dalam Praktik Peningkatan Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan di Toko Bangunan Enggal Laris |
| 2. Ketua | |
| A. Nama Lengkap | : Muhammad Azriel Ariansyah |
| B. NPM | : 2112010411 |
| C. Fak/Prodi | : FEB/Manajemen |
| D. Alamat Rumah | : Desa Pinggirsari RT 03 RW 02
Kec. Ngantru Kab. Tulungagung |
| E. Telp./HP | : 081275650022 |
| F. Email | : azrielariansyah995@gmail.com |
| 3. Jangka waktu Penelitian | : 4 bulan |
| 4. Pembiayaan | : |
| a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri | : - |
| b. Dari sumber lain | : Rp 10.000.000 |
| Jumlah Seluruhnya | : Rp 10.000.000 |

Mengetahui,
Kaprodik Manajemen


Restin Melina, M.M.
NIDN. 0721058605


Kediri, 11 Juni 2025
Ketua,


Muhammad Azriel Ariansyah
NPM. 2112010411

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Amir Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102


KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dengan baik.

Laporan penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dengan tersusunnya laporan ini, maka penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan baik kontribusi maupun dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan penelitian ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME atas segala berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri, yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
4. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan arahan dan dukungan.
5. Ibu Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Prodi Manajemen, yang telah memberikan motivasi dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M selaku dosen pembimbing 1 yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, masukan, dan ilmu yang sangat berharga dalam penyusunan laporan ini.
7. Bapak Moch. Wahyu Widodo, M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, masukan, dan ilmu yang sangat berharga dalam penyusunan laporan ini.

8. Pimpinan Toko Bangunan Enggal Laris yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
9. Seluruh teman-teman yang telah memberikan inspirasi dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan penelitian.

Laporan penelitian ini tentunya tidak luput dari kesalahan dan kekurangan dari penulis, maka dari itu penulis pribadi selalu berusaha untuk menuntut diri agar dapat untuk melakukan lebih baik ke depannya dan menyadari bahwa banyak hal yang disampaikan penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, maka kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk dapat menyempurnakan Akhirnya, disertai harapan semoga laporan penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 11 Juni 2025



Muhammad Azriel Ariansyah

RINGKASAN

Muhammad Azriel Ariansyah: Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Toko Bangunan Enggal Laris, Laporan Penelitian, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Kata Kunci: Kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis persepsi dalam peningkatan kepuasan pelayanan pada pelanggan untuk menganalisis lima dimensi kualitas pelayanan dalam upaya peningkatan kepuasan pelayanan pelanggan dan memberi rekomendasi untuk strategi menyusun kualitas pelayanan di Toko Bangunan Enggal Laris. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif positifis dengan pendekatan fenomenologi dengan menggunakan teknik analisis tematik, pengumpulan sampel menggunakan triangulasi melalui wawancara dengan tiga pelanggan Toko Bangunan Enggal Laris yang memiliki pengalaman berbelanja dan kesediaan pelanggan untuk dilakukan wawancara. Toko Bangunan Enggal Laris fokus pada kenyamanan pelanggan melalui fasilitas luas dan layanan cepat. Karyawan terlatih memberikan dukungan dan rekomendasi produk, respon cepat dan sikap ramah meningkatkan kepuasan serta interaksi yang menyenangkan saat berbelanja. Kontribusi penelitian ini pentingnya teori Parasuraman dalam memahami kepuasan pelanggan, karena memberikan kerangka kerja yang menyeluruh untuk mengevaluasi kualitas layanan melalui lima dimensi utama yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, yang secara langsung mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bahwa Toko Bangunan Enggal Laris harus menerapkan prinsip teori Parasuraman untuk meningkatkan kualitas layanan. Fokus pada pelatihan karyawan, penataan produk, dan efisiensi layanan pengiriman dapat meningkatkan kepuasan pelanggan untuk perbaikan berkelanjutan dan menjadikan toko sebagai pilihan utama pelanggan. Keterbatasan penelitian ini terletak di pengambilan sampel yang hanya dilakukan di Toko Bangunan Enggal Laris, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak dapat digeneralisasi ke berbagai toko bangunan lainnya. Selain itu, penelitian ini juga tidak mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti persaingan pasar dan perkembangan tren industri.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
A. Kualitas Layanan	5
B. Kepuasan Pelanggan.....	10
BAB III METODE PENELITIAN.....	13
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	13
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	14
C. Sasaran Penelitian.....	17
D. Instrumen Penelitian	18
E. Prosedur Analisis Data	18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	20
A. Deskripsi Informan.....	20
B. Temuan Penelitian	21
C. Pembahasan Temuan Penelitian	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
A. Kesimpulan.....	36
B. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

4.1	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Fasilitas Toko	21
4.2	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Armada Layanan Pengiriman	22
4.3	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Penataan Produk dan Material.....	23
4.4	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Keandalan Karyawan.....	24
4.5	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Menghadapi Pelanggan	25
4.6	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Respon Karyawan.....	26
4.7	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Kecepatan Pelayanan.....	27
4.8	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Keyakinan Pelanggan	28
4.9	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Sikap Profesional Karyawan	29
4.10	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Kebaikan Pelayan	29
4.11	Pertanyaan dan Tanggapan tentang Sikap Karyawan	30

DAFTAR GAMBAR

3.1 Observasi Pelayanan Pelanggan	16
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian.....	43
2. Lampiran 2 Informant Consent	44
3. Lampiran 3 Instrumen Penelitian	47
4. Lampiran 4 Transkripsi Wawancara	48
5. Lampiran 5 Dokumentasi	53
6. Lampiran 6 Artikel yang di Publikasikan.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelanggan merupakan peranan penting dari setiap usaha termasuk toko bangunan. Mereka tidak hanya sebagai pembeli, tetapi juga sebagai penentu kualitas layanan yang ditawarkan. Dalam konteks toko bangunan, dimana produk yang dijual sama, maka kualitas layanan menjadi elemen yang membedakan. Dengan persaingan yang semakin ketat. Namun sayangnya masih ada beberapa toko bangunan menunjukkan tidak peduli terhadap keramahan dan kecepatan dalam pelayanan kepada pelanggan mereka. Pelanggan yang merasa diabaikan atau tidak mendapatkan informasi yang tepat mungkin akan beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman belanja yang lebih baik. Keluhan mengenai kinerja karyawan tetap muncul karena karyawan yang tidak cukup terlatih atau tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk dan juga penataan produk masih kurang baik serta tempat parkir masih terbatas dan itu menyulitkan pengunjung untuk memarkir kendaraan. Oleh karena itu dapat membuat pengalaman belanja menjadi kurang memuaskan. Observasi menunjukkan bahwa beberapa toko bangunan menghadapi berbagai tantangan tersebut.

Penelitian sebelumnya fenomena persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis toko bangunan untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bertahan dan bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit untuk dicapai karena keinginan pelanggan yang beranekaragam, hal ini memerlukan untuk diadakannya pendekatan untuk mendapatkan solusi optimal. Dengan menjaga kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan kelangsungan hubungan dengan pelanggan lama dan terus membina pelanggan baru. Kepuasan pelanggan adalah sebuah konsep yang kritis pada pemasaran yang secara umum berargumentasi bahwa apabila pelanggan puas atas suatu produk,

jasa atau mereka akan lebih suka melanjutkan pembeliannya dan menceritakan kepada orang lain dari pengalaman mereka (Ananda & Jatra, 2019). Selain itu, bila pelanggan puas akan mengajak ataupun menyebarkan hal yang positif mengenai toko bangunan kepada para saudara ataupun kerabat dan teman yang akan memberikan keuntungan tersendiri untuk toko bangunan seperti mendapatkan pelanggan baru tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan (Octa, 2019). Mengingat untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar biaya dibandingkan dengan pengorbanan dalam mempertahankan pelanggan lama. Karena itu diperlukan usaha toko bangunan dalam meningkatkan kualitas pelayanan (Indrawan dkk, 2021).

Penelitian terbaru mengungkap bahwa meningkatkan kualitas layanan di toko bangunan juga harus dijaga penampilan toko bangunan ini karena kunci agar pelanggan merasa puas, terutama dalam iklim bisnis yang sangat kompetitif saat ini (Mawardi, 2020). Pernyataan mengenai kepuasan pelanggan mencakup lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Sasongko, 2021). Yaitu bukti fisik merujuk kepada penampilan karyawan, display produk, dan material bangunan, yang merupakan aspek kualitas pelayanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan dan mempengaruhi penilaian kepuasan mereka. Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang secara konsisten dan akurat dan jika layanan dapat diandalkan maka pelanggan cenderung merasa lebih puas. Daya tanggap yaitu tingkat kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan kepuasan mereka. Jaminan termasuk keterampilan dan pengetahuan staf serta kemampuan untuk menciptakan rasa percaya dan pelanggan yang merasa aman dan terjamin dalam transaksi mereka cenderung lebih puas. Empati yaitu memberikan perhatian kepada pelanggan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Gunawan dkk, 2019). Pada akhirnya pengalaman baik ini membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk atau layanan, yang berdampak positif pada peningkatan loyalitas mereka (Gultom dkk, 2020). Sistem pelayanan yang bagus dan mendukung

membuat pelanggan merasa senang dan jika pelanggan puas akan suatu pelayanan dan permintaan akan meningkat begitu sebaliknya jika pelanggan tidak puas permintaan produk akan turun. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat seperti hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis karena memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk rekomendasi tular positif yang menguntungkan bagi toko bangunan (Rahayu, 2023). Selain itu, aset utama penentu berhasil atau tidaknya toko bangunan akan sangat ditentukan oleh pelanggan karena pelanggan memiliki potensi untuk pertumbuhan dan peningkatan loyalitas di masa depan. Pelanggan yang telah berhasil dipertahankan akan menjadi jaminan terhadap keberlangsungan hidup bisnis toko bangunan (Darmawan, 2019).

Lokasi juga dapat menjadi sesuatu yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam memilih lokasi pelanggan biasanya memperhatikan akses yaitu kemudahan untuk mengunjunginya dan kemudahan untuk dilihat dan banyaknya orang yang lalu lalang dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan. Oleh sebab itu Toko Bangunan Enggal Laris perlu menjaga kualitas layanan serta menjalin hubungan baik dengan para pelanggan agar pelanggan tidak pergi ke toko bangunan yang lain. Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pada umumnya pelanggan tidak saja menilai kualitas produk yang dijual akan tetapi juga mengamati dan menilai pelayanan terhadap pelanggan yang diberikan oleh pelayan toko. Kualitas pelayanan yang tinggi tentu akan menciptakan rasa nyaman dan pelanggan merasa puas. Secara langsung penilaian tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap kompetitor.

Tujuan artikel ini membahas mengenai kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk menggambarkan pentingnya pelayanan yang baik untuk membuat kepuasan pelanggan, serta memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana toko bangunan dapat

meningkatkan produk dan jasa layanan mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif. Penelitian ini akan mencari informasi mengenai lima dimensi menurut ahli parauraman yang dapat memaksimalkan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan seperti bukti langsung, keandalan, daya tanggap, empati, jaminan. Dengan kajian mendalam tentang literatur yang menjelaskan bagaimana kualitas layanan berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, disajikan analisis yang menarik dari studi kasus toko bangunan, dan diakhiri dengan serangkaian rekomendasi strategi layanan yang bisa dijalankan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di toko bangunan.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk observasi dan menganalisa kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Bangunan Enggal Laris secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengeksplorasi dimensi kualitas layanan, seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang dilakukan oleh Toko Bangunan Enggal Laris dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan.
2. Memberikan rekomendasi untuk peningkatan kualitas layanan toko bangunan tentang strategi perbaikan kualitas pelayanan yang dapat diterapkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, R. A., Yudistria, Y., & Ramli, A. H. (2025). *The Effect of Customer Experience, Customer Satisfaction and Word of Mouth on Customer Loyalty. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(2), 685–702.
- Al Azzani, H. A., & Mat Juiceh, N. (2023). Supply chain flexibility and customer responsiveness: A perspective from SMEs. *Migration Letters*,
- Al Idrus, et al. (2023). “Pengaruh Keramahan Karyawan, Pemahaman tentang Produk, dan Keragaman Item Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada Alfamart di Wilayah Kota Surabaya.” *Reinforce: Journal of Sharia Management*, Vol. 2(1), April 2023.
- Ananda, I. P. S. N dan I. M. Jatra, (2019). “Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *E-J. Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 11, hlm. 6782, doi: 10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p20.
- Anggini, S. S. M. W. W. (2022). “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Importance Performance,”.
- Canigo. A., (2022) “Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *J. Lentera Bisnis*, vol. 11, no. 3, doi: 10.34127/jrlab.v11i3.652.
- Chandra, S. dan L. Hafni, (2020). “Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis,” *Serv. Qual.*
- Darmawan, D (2019). “Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 8, no. 2, hlm. 75–88, doi: 10.14710/jab.v8i2.25267.
- Djati, P. (2004). Pentingnya karyawan dalam pembentukan kepercayaan konsumen dalam perusahaan jasa. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Universitas Kristen Petra.
- Denzim, Norman K, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farhan, Harry .N, (2024), "Analisis Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan di Restoran Dapur Amih Jati Handap (Studi Kasus: Dapur Amih) *Analysis of Service Quality on Restaurant Customer Satisfafction*", festival riset ilmiah manajemen & akutansi, no.7.
- Farhani, A. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan H. Ijul Tabalong. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(1), 1–19.
- Faria, S., Carvalho, J.M.S., & Vale, V.T. (2022). Service quality and store design in retail competitiveness. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(13), 184–199. DOI:10.1108/IJRDM 01 2022 0005

- Fauji, D. A. (2017). Model Adol–Titip: Sebuah Upaya Win–Win Solution Berbasis Kearifan Lokal Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kota Kediri. Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama “Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global (Vol. 320).
- Februdianto, L., Agustina, T., & Kusdyah, I. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BENGKEL TOYOTA AUTO2000 SUTOYO MALANG. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.32815/jubis.v4i2.1979>
- Frontiers in Communication. (2025). *Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty in the Turkish E-commerce context*. Retrieved June 30, 2025.
- Ghufrony, Ahmad. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Toko Retail Bahan Bangunan di Kecamatan Dungkek.” *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 2023.
- Gultom, D. K, M. Arif, dan M. Fahmi, (2020). “Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan,” vol. 3.
- Gunawan, E., G. O. Sebastian, dan A. Harianto, (2019). “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Empat Virtual Hotel Operator Di Surabaya,” *J. Indones. Tour. Hosp. Recreat.*, vol. 2, no. 2, hlm. 145–153, doi: 10.17509/jithor.v2i2.20981.
- Hakimah, E. N. (2016). *Analisis pengaruh informasi akuntansi terhadap harga saham dengan luas pengungkapan*.
- Haryono, E. (2023). “Institut Agama Islam (IAI) Al Muhammad Cepu”.
- Indrawan, M. G., Raymond, dan D. L. Siregar, (2021). “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Di Kota Batam,” *J. Ekobistek*, hlm. 81–87, doi: 10.35134/ekobistek.v10i2.57.
- Ing, T. L., & Yanuardi, A. H. (2019). Tinjauan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Parkir Basement di Pusat Perbelanjaan Bandung Supermall. *Jurnal Teknik Sipil*, 3(2), 174–193. <https://doi.org/10.28932/jts.v3i2.1287>
- Kim, L., Jindabot, T., & Yeo, S. F. (2024). Understanding customer loyalty in banking industry: A systematic review and meta analysis. *Heliyon*, 10(17).
- Kusumaningrum, A., Sigit, H., dan Ema N. H., (2024), "Analisis Peran Branding, Service Quality dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UD.Seblak Goyang Lidah Nganjuk", FEB UNP Kediri, vol.3.
- Li, M., Yin, D., Qiu, H., & Bai, W. B. (2021). Examining the effects of AI contactless services on customer psychological safety, perceived value, and hospitality service quality during the COVID 19 pandemic. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(1), 24–48. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1934932>

- Lina, A. dan Ema N.H, (2023), "Analisis Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pemebelian Konsumen (Studi pada Jumjum Thai Tea, Kediri) FEB UNP Kediri, vol.2.
- Mahdun Rahmadl, E. N. H. S. R. (2023). "Menciptakan Kepuasan Konsumen Pada Jasa Servis Motor Berdasarkan Persepsi Pelanggan Bengkel Sugeng Jaya Motor,".
- Mawardi. A., (2021). "Efektifitas Waktu Tunggu Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan".
- MDPI. (2024). *The Influence of Perceived Value, Customer Satisfaction, and Trust on Loyalty in Online Entertainment Platforms*.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muzumdar, P., & Basyal, G. P. (2021). Moderating effects of retail operations and hard sell sales techniques on salesperson's interpersonal skills and customer repurchase intention [Preprint]. arXiv.
- NCBI Bookshelf. (2025). Responsiveness of primary care services: development of a patient report measure – qualitative study and initial quantitative pilot testing. NHS / NCBI Bookshelf.
- Nurcholis, M. dan Ema N. K, (2022). "Studi Fenomenologi: Efektivitas Co-Branding dan Fanatisme sebagai Pemasaran Mcdoland's pada BTS Meals", UNP Kediri.
- Octa. A., (2019). "Literature Review: Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Resmi Menggunakan Sistem Manajemen Pelanggan Elektronik," *Inform. J. Ilmu Komput.*, vol. 15, no. 1, hlm. 39, Apr 2019, doi: 10.52958/iftk.v15i1.1299.
- Pandriansyah, P., Pandriansyah, P., & Sigiroy, B. (2024). Analysis of Public Service Quality from Tangible and Reliability. *Jurnal ISIP VOICE*, XX(X)
- Politeknik Informatika Nasional Makassar. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli dan kepuasan konsumen [Analisis menggunakan wawancara mendalam]. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 13–21. <https://doi.org/10.35473/jibaku.v4i1.2904>
- Rahayu, S., (2023). "Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," *J. Penelit. Dan Pengkaj. Ilm. Sos. Budaya*, vol. 2, no. 1, hlm. 109–113, Jan 2023, doi: 10.47233/jppisb.v2i1.705.
- Santoso, E. N. (2023). "Perspektif Pelaku Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas".
- Saputra, R. A., & Nurlinda. (2024). *The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction*. *IJEC*, 3(2).

- Sarjono. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan customer delight pada loyalitas pelanggan (Studi: Pelanggan Toko Karya Baru, Kuamang Kuning, Bungo, Jambi) [Skripsi, Universitas Andalas]. 123dok
- Sasongko, Sambodo Rio, (2021). “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 3, no. 1, hlm. 104–114, Okt 2021, doi: 10.31933/jimt.v3i1.707.
- ScienceDirect. (2025). *Enhancing customer satisfaction through digitalization: Past, present and future directions*.
- Sholihin, U. (2019). Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 72-97.
- Sudibyo, A., & Keni, K. (2025). Peran kualitas layanan, kepercayaan, dan waktu tunggu dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 195–208. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.33892>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Sundler, A. J., Lindberg, E., Nilsson, C., & Palmér, L. (2019). Qualitative thematic analysis based on descriptive phenomenology. *Nursing Open*, 6(3), 733–739. <https://doi.org/10.1002/nop2.275>
- Tabalong, I. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan H. Ijul Tabalong. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(1), Januari–Juli.
- Tandfonline. (2025). *Value co creation and customer satisfaction mediation on repurchase intention*.
- Taylor & Francis. (2023). *Servqual*. In *Service Systems Engineering and Management*. Retrieved from Taylor & Francis Knowledge Center
- Widyanto, et al. (2024). Pengaruh Store Layout dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Lingga Mart. *ResearchGate*.
- Wulandari, Z., & Sevtiani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Express Karawang. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 10559–10565. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.10072>
- Xue, Y. (2025). *Research on the Influencing Factors of Customer Satisfaction in Cross-border E-commerce*. *Academic Journal of Business & Management*, 7(3), 93–99.