

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN SHOFI WEDDING ORGANIZER DI BEKASI

Annida Salsabila¹, Eti Herawati², Dwi Atmanto³
Fakultas Teknik, Kosmetik dan Perawatan Kecantikan,
Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan shofi wedding organizer di Bekasi dan mengetahui usaha pemilik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh yaitu melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh pasangan pengantin yang menggunakan jasa shofi wedding organizer. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis model Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan shofi wedding organizer meliputi harga yang kompetitif sesuai dengan layanan paket pernikahan yang tersedia di Shofi Wedding Organizer. Selain itu, faktor emosional juga berperan penting, di mana mayoritas pelanggan merasa puas terhadap paket layanan Shofi Wedding Organizer yang terdiri dari dekorasi, busana, dan hiburan. Kemudahan dalam proses pemesanan jasa paket pernikahan dan pembayaran jasa Shofi Wedding Organizer juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Usaha pemilik meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membangun hubungan yang kuat dan personal dengan setiap pelanggan, memastikan bahwa setiap kebutuhan dan keinginan para pelanggan terpenuhi dengan baik.

Kata Kunci: Faktor-faktor, Kepuasan Pelanggan, Shofi Wedding Organizer

Abstract

This research aims to find out what factors influence customer satisfaction at Shofi wedding organizers in Bekasi and to find out the owner's efforts to increase customer satisfaction. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. The data obtained was through observation, interviews and documentation techniques carried out by bridal couples who used the services of Shofi wedding organizers. Data analysis was carried out using the Miles and Huberman model analysis technique which consists of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The results of this research show that the factors that influence customer satisfaction at Shofi Wedding Organizer include competitive prices in accordance with the wedding package services available at Shofi Wedding Organizer. Apart from that, emotional factors also play an important role, where the majority of customers are satisfied with the Shofi Wedding Organizer service package which consists of decorations, clothing and entertainment. The ease of the process of ordering wedding package services and payment for Shofi Wedding Organizer services also influences customer satisfaction. Business owners increase customer satisfaction by building strong and personal relationships with each customer, ensuring that each customer's needs and desires are met properly.

Keywords:

Factors, Customer Satisfaction, Shofi Wedding Organizer

Pendahuluan

Industri pernikahan merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Pernikahan bukan hanya sekadar seremonial, tetapi juga peristiwa penting yang menyatukan dua individu dalam sebuah ikatan hukum dan sosial, melibatkan berbagai aspek budaya, sosial, dan ekonomi. Seiring dengan peningkatan standar hidup dan perubahan gaya hidup masyarakat, permintaan untuk pernikahan yang unik dan terorganisir dengan baik juga meningkat, mendorong pertumbuhan berbagai layanan pendukung, termasuk Wedding Organizer. Menurut Sumarsono (dalam Aulia, dkk., 2020), Wedding Organizer adalah badan jasa yang bertugas melayani jasa dalam bidang pernikahan, bertanggung jawab penuh dalam membantu perencanaan dan memastikan bahwa pernikahan berjalan lancar sesuai harapan pasangan pengantin. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa angka pernikahan di Bekasi terus bertambah dari tahun 2015 hingga 2018, dengan puncak tertinggi pada tahun 2018 sebanyak 17.461 pernikahan. Namun, angka pernikahan di Bekasi mengalami penurunan selama periode 2020 hingga 2023, dengan jumlah pernikahan pada tahun 2023 sebanyak 12.588 pernikahan.

Meskipun angka pernikahan menurun, persaingan di antara jasa wedding organizer justru semakin ketat. Wedding organizer harus berinovasi dan beradaptasi dengan kondisi baru agar tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang meningkat. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup, wedding organizer perlu berfokus pada layanan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena kepuasan adalah kunci utama untuk mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan diukur sejauh mana manfaat suatu produk atau layanan dirasakan sesuai dengan harapan konsumen (Tjiptono dalam Arianty, 2015:74). Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul ketika membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas; sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Jamaludin (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang menghubungkan perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Fikri & Ritonga (2017) dalam Rahmah (2020) mencakup kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan biaya. Arboretti et al. (2014) dalam Chandra et al. (2020) menyebutkan mutu produk atau jasa, mutu pelayanan, harga, waktu, dan keamanan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, Alexandra & Siregar (2015) dalam Chandra et al. (2020) mengidentifikasi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan

sebagai faktor-faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Shofi Wedding Organizer, yang berdiri sejak 2009 di Bintara, Bekasi Barat, merupakan salah satu wedding organizer di Bekasi. Dengan menawarkan berbagai layanan pernikahan dari venue, dekorasi, rias, busana, catering, hingga entertainment, serta slogan "Nikah tak perlu mahal, Harga terjangkau", Shofi Wedding Organizer menyediakan paket pernikahan sesuai dengan berbagai anggaran. Namun, data menunjukkan bahwa jumlah pelanggan Shofi Wedding Organizer mengalami fluktuasi dan penurunan selama periode 2021 hingga 2023, yang dipengaruhi oleh ketidakstabilan ekonomi dan faktor lainnya.

Dari hasil observasi awal, peneliti menemukan beberapa masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan terhadap Shofi Wedding Organizer, terutama terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan. Beberapa pengantin mengeluhkan dekorasi yang kurang rapi, hasil fotografi dan videografi yang tidak memuaskan, serta hasil riasan yang kurang profesional. Fenomena ini perlu menjadi perhatian Shofi Wedding Organizer karena kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas pelanggan, reputasi perusahaan, dan pertumbuhan bisnis di masa depan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang relevan, seperti penelitian Widya Dwi Yuliaty (2016) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa wedding organizer dan penelitian Ayu Alenda, Ditya et al. (2021) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ShopeePay. Penelitian ini akan fokus pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi dengan menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi" dengan harapan dapat memberikan kontribusi untuk perbaikan dan pengembangan layanan yang lebih baik bagi Shofi Wedding Organizer.

Landasan Teori

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan mereka. Jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas (Kotler & Keller, 2018). Sudaryono (2016) menyatakan bahwa kepuasan adalah hasil evaluasi konsumen terhadap produk atau layanan, yang bisa bervariasi dari kurang hingga sangat puas (Tampanguma et al., 2022). Jessica & Kempa (2016) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan harapan (Purba et al., 2023).

Komponen Utama Kepuasan Pelanggan: Assel (1988) menyatakan bahwa konsep kepuasan pelanggan terdiri dari tiga komponen utama: (1) Respon, yaitu tipe dan intensitas respon emosional dan kognitif, mulai dari perasaan sangat puas hingga apatis terhadap produk; (2) Fokus, yaitu kinerja objek yang diukur berdasarkan beberapa standar, seperti penggunaan, keputusan pembelian, penjual, dan toko; dan (3) Waktu respon, yaitu respon yang terjadi pada waktu tertentu seperti setelah konsumsi atau setelah pemilihan produk. Manfaat Kepuasan Pelanggan: Menurut Tjiptono (2015), kepuasan pelanggan memberikan beberapa manfaat, antara lain: (1) Membangun hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan; (2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang; (3) Mendorong loyalitas pelanggan; (4) Membangun rekomendasi informal dari mulut ke mulut yang bermanfaat; (5) Meningkatkan reputasi perusahaan; dan (6) Meningkatkan laba perusahaan. Indikator Kepuasan Pelanggan: Menurut Indrasari (2019), indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan meliputi: (1) Kesesuaian harapan, yaitu mengukur kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk; (2) Minat berkunjung kembali, yaitu melihat niat pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan; dan (3) Kesediaan merekomendasikan, yaitu sejauh mana pelanggan bersedia

menyarankan produk atau layanan kepada orang lain. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Menurut Tjiptono (2016), beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan meliputi: (1) Relationship Marketing, yaitu memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk menciptakan bisnis berulang; dan (2) Strategi Superior Customer Service, yaitu memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing untuk membangun kualitas layanan yang tinggi.

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Fikri & Ritonga (2017) menyatakan ada lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: (1) Kualitas produk, di mana pelanggan merasa puas jika produk menunjukkan kualitas tinggi; (2) Kualitas pelayanan, di mana pelanggan puas jika pelayanan yang diterima sesuai harapan; (3) Emosi, di mana pelanggan merasa bangga dan percaya diri jika menggunakan produk berkualitas; (4) Harga, di mana produk berkualitas dengan harga yang terjangkau memberikan nilai lebih tinggi; dan (5) Biaya, di mana pelanggan puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan produk atau layanan. Menurut Alexandra & Siregar (2015), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor: (1) Kualitas produk, di mana produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; (2) Harga, di mana produk atau jasa dengan kualitas tinggi yang sesuai dengan harga; (3) Kualitas pelayanan, di mana pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan; (4) Faktor emosional, di mana rasa senang, bangga, dan percaya diri saat menggunakan produk; dan (5) Kemudahan, di mana produk atau layanan yang nyaman, mudah, dan efisien.

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2012), kualitas produk adalah kemampuan untuk memberikan hasil yang memenuhi atau melampaui apa yang diinginkan pelanggan (Dahliani & Ahwal, 2021).

Harga

Harga adalah nilai yang dibayarkan konsumen untuk memiliki suatu produk atau jasa. Menurut Kotler & Armstrong (2012), harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa (Gunarsih et al., 2021).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah gabungan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan dan kebutuhan pelanggan (Lupiyoadi, 2014). Dengan memahami konsep dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan, pada gilirannya, menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini dilaksanakan di Shofi Wedding Organizer yang beralamat di Jl. Bintara Jaya 2 Rt 005 Rw 08 No.52, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat, dari Bulan Februari hingga Juli 2024. Informan penelitian ini terdiri dari enam pasangan pengantin yang pernah menggunakan jasa Shofi Wedding Organizer serta pemilik Shofi Wedding Organizer, dipilih berdasarkan keterkaitan langsung mereka dengan pelayanan yang diberikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:9) dalam Yusra et al. (2021), penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek ilmiah di mana peneliti berperan sebagai informan kunci. Farida (2014:32) menambahkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses yang menghasilkan data deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan informan yang telah dipilih, bertujuan untuk mendapatkan informasi mendetail mengenai pengalaman dan pandangan informan terkait pelayanan Shofi Wedding Organizer.

Teknik Analisis Data yang dikumpulkan melalui wawancara akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang melibatkan proses identifikasi, analisis, dan pelaporan pola (tema) dalam data. Proses ini mencakup pengkodean data, mengelompokkan kode-kode menjadi tema, dan menginterpretasikan tema-tema tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi, yaitu pengecekan data dari berbagai sumber atau metode untuk memastikan konsistensi dan akurasi informasi yang diperoleh. Selain itu, peneliti akan melakukan member check, yaitu meminta konfirmasi dari informan mengenai hasil wawancara untuk memastikan keakuratan interpretasi data. Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam dan akurat mengenai pengalaman dan kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

4.1 Hasil Penelitian

Pada bagian ini, peneliti memaparkan data dan hasil dari penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi. Data penelitian ini diperoleh melalui instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan dengan metode wawancara. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa Shofi Wedding Organizer beserta wawancara kepada 1 (satu) informan ahli yaitu pemilik Shofi Wedding Organizer.

4.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi

4.1.1.1 Pertanyaan Informan Pasangan Pengantin

1) Kondisi Dekorasi Pernikahan

Tabel 4 1 Kondisi Dekorasi Pernikahan

No.	Informan	Kondisi Dekorasi Pernikahan	
		Baik	Kurang baik
1.	Informan 1	✓	-
2.	Informan 2	✓	-
3.	Informan 3	-	✓
4.	Informan 4	✓	-
5.	Informan 5	✓	-
6.	Informan 6	✓	-
	Jumlah	5	1

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, diperoleh informasi terkait kondisi dekorasi pernikahan yang digunakan sepanjang acara berlangsung sebanyak 5 (lima) pelanggan menyatakan bahwa dekorasi yang digunakan dalam kondisi baik, di sisi lain 1 (satu) pelanggan menyatakan dekorasi yang digunakan dalam kondisi kurang baik. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan:

"Alhamdulillah selama acara berlangsung tidak ada kerusakan sama sekali semua berjalan lancar tenda dan peralatan dekorasi tetap rapih, bagus dan cuaca mendukung"

Dari temuan ini, dapat dilihat bahwa faktor cuaca memainkan peran penting dalam *penilaian* dekorasi pernikahan. Cuaca yang baik berkontribusi positif terhadap kondisi dekorasi, sementara cuaca buruk seperti hujan dapat menyebabkan berbagai masalah teknis, seperti tenda bocor dan pengait dekorasi yang lepas yang mengurangi kualitas dekorasi.

2) Pendapat Mengenai Pemasangan Hijab/Hair Do dan Busana Pengantin

Tabel 4 2 Pendapat Mengenai Pemasangan Hijab/Hair Do dan Busana Pengantin

No.	Informan	Pendapat Mengenai Pemasangan Hijab/Hair Do dan Busana Pengantin	
		Rapi	Kurang rapi
1.	Informan 1	✓	-
2.	Informan 2	✓	-
3.	Informan 3	✓	-
4.	Informan 4	✓	-
5.	Informan 5	-	✓
6.	Informan 6	✓	-
Jumlah		5	1

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 5 (lima) pelanggan memberikan pendapat bahwa pemasangan hijab dan busana pengantin dari awal hingga akhir acara dalam kondisi rapi, di sisi lain 1 (satu) pelanggan memberikan pendapat bahwa pemasangan hijab dan busana pengantin dari awal hingga akhir acara dalam kondisi kurang rapi. Berdasarkan hasil wawancara, informan 2 menjelaskan :

“kalau untuk hijab dan busana rapi sampai akhir acara dan untuk aksesoris yang saya pakai juga aman tidak ada yg jatuh”

Adapun informasi dari hasil wawancara informan 5, menjelaskan :

“Untuk pemasangan hijab perlu diperbaiki lagi. Saat acara saya, pemasangan hijabnya kurang kencang sehingga beberapa kali harus diperbaiki sedangkan untuk busana rapi dan detail.”

Dari temuan ini, dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan merasa puas

dengan pemasangan hijab dan busana, namun masih terdapat beberapa yang merasa kurang puas karena masalah ketelitian dalam pemasangan. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi terhadap detail sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan.

3) Pendapat Mengenai Produk Yang Diterima

Tabel 4 3 Pendapat Mengenai Produk Yang Diterima

No.	Informan	Pendapat Mengenai Produk Yang Diterima	
		Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Informan 1	-	✓
2.	Informan 2	✓	-
3.	Informan 3	✓	-
4.	Informan 4	✓	-
5.	Informan 5	✓	-
6.	Informan 6	✓	-
Jumlah		5	1

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 5 (lima) pelanggan memberikan pendapat bahwa produk yang diterima sesuai dengan perjanjian, di sisi lain 1 (satu) pelanggan memberikan pendapat bahwa produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

“Untuk beberapa sudah oke dari dekorasi dan busana sesuai dengan yang dijanjikan. Namun untuk hiburan saya request 3 penyanyi campur sari ternyata saat acara berlangsung penyanyi campur sari hanya 1 dan sisanya penyanyi dangdut sehingga membuat keluarga saya kurang puas”

Dari temuan ini, dapat dilihat bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan shofi wedding organizer. Namun, satu informan merasa produk tidak sesuai dengan yang dijanjikan khususnya dalam hal hiburan penyanyi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar layanan yang diberikan memuaskan, masih terdapat aspek tertentu yang memerlukan perhatian lebih untuk memastikan acara sesuai dengan harapan.

4) Pendapat Mengenai Harga Paket Pernikahan Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 4 Pendapat Mengenai Harga Paket Pernikahan Shofi Wedding Organizer

No.	Informan	Pendapat Mengenai Harga Paket Pernikahan Shofi Wedding Organizer	
		Terjangkau	Standar
1.	Informan 1	✓	-
2.	Informan 2	✓	-
3.	Informan 3	-	✓
4.	Informan 4	✓	-
5.	Informan 5	✓	-
6.	Informan 6	✓	-
	Jumlah	5	1

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 5 (lima) pelanggan memberikan pendapat bahwa harga paket pernikahan shofi wedding organizer terjangkau dengan kualitas, layanan, dan fasilitas yang diberikan, di sisi lain 1 (satu) pelanggan memberikan pendapat bahwa harga paket pernikahan shofi wedding organizer standar dengan kualitas, layanan, dan fasilitas yang diberikan. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

“Terjangkau banget ya pastinya, paket pernikahan di shofi wedding relatif murah tapi pelayanan nya berkualitas. Fasilitas dari dekorasi, pelaminan, bunga-bunga di pelaminan aku bisa request dan dengan harga paket pernikahan aku yg 23jt seharusnya mendapatkan dekorasi tenda berukuran 130 meter tapi dari pihak shofi wedding di lebihkan menjadi 160 meter tanpa tambahan biaya lagi.”

Adapun informasi dari hasil wawancara informan 3, menjelaskan :

“Kebetulan saat acara saya menggunakan paket nomor 2 dari Shofi Wedding, saya merasa harga yang ditawarkan standar sebanding dengan wedding organizer lain yang pernah saya survei. Untuk Pelayanan dari tim sangat baik dan ramah, serta fasilitas yang disediakan juga bagus.”

Dari temuan ini, mayoritas pelanggan merasa bahwa harga paket pernikahan di shofi wedding terjangkau dan sepadan dengan kualitas, layanan, dan fasilitas yang diberikan. Adapun satu informan menyatakan bahwa harga paket pernikahan di shofi wedding standar, sebanding dengan

wedding organizer lain yang pernah di kunjungi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelanggan menganggap harga paket terjangkau, persepsi mengenai nilai dapat bervariasi tergantung pada pengalaman dan perbandingan individu.

5) Pengetahuan Mengenai Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 5 Pengetahuan Mengenai Shofi Wedding Organizer

No.	Informan	Pengetahuan Mengenai Shofi Wedding Organizer		
		Sosial Media	Teman	Tetangga
1.	Informan 1	✓	-	
2.	Informan 2	-	✓	
3.	Informan 3	✓	✓	
4.	Informan 4	-	-	✓
5.	Informan 5	✓	✓	
6.	Informan 6	✓	-	
	Jumlah	4	3	1

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 4 (empat) pelanggan memberikan pendapat bahwa alasan mengetahui shofi wedding dari sosial media instagram. Adapun pendapat lainnya yang disampaikan oleh 3 (tiga) pelanggan adalah bahwa mereka mengetahui shofi wedding dari teman. Sementara itu, 1 (satu) pelanggan mengetahui shofi wedding dari tetangga yang pernah menggunakan jasa shofi wedding. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

"Saya mengetahui shofi wedding dari sosial media instagram ketika saya mencari wedding organizer di daerah bekasi"

6) Alasan Pengantin Memilih Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 6 Alasan Pengantin Memilih Shofi Wedding Organizer

No.	Alasan	No. Informan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1.	Lokasi galeri shofi wedding yang tidak jauh dari rumah	✓	-	-	-	-	-	1
2.	Rekomendasi teman yang hasilnya bagus	-	✓	✓	-	✓	-	3
3.	Harga paket shofi wedding terjangkau	✓	-	-	✓	✓	✓	4

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan menyatakan alasan utama menggunakan jasa shofi wedding organizer untuk acara pernikahan sangat beragam, beberapa alasan yang diungkapkan oleh pelanggan meliputi sebanyak 1 (satu) pelanggan memilih shofi wedding organizer berdasarkan jarak lokasi yang dekat dengan rumah, 3 (tiga) pelanggan memilih shofi wedding organizer berdasarkan rekomendasi dari teman yang puas dengan hasil yang didapatkan, di sisi lain 4 (empat) pelanggan menyatakan memilih shofi wedding karena harga paket yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan budget. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan : *“Alasan nya kebetulan lokasi nya tidak jauh dari rumah saya jadi memudahkan saya untuk survey langsung ke galeri shofi wedding dan dari segi harga terjangkau dengan budget yang saya punya”*

7) Alasan Mengenai Pelayanan Yang Membuat Merasa Puas Terhadap Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 7 Alasan Mengenai Pelayanan Yang Membuat Merasa Puas Terhadap Shofi Wedding Organizer

No.	Alasan	No. Informan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1.	Dekorasi yang sesuai dengan permintaan	✓	✓	-	✓	✓	✓	5
2.	Pelayanan dari owner dan tim shofi wedding ramah dan prosesionnal	-	✓	✓	✓	✓	✓	5

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 5 (lima) pelanggan memberikan alasan pelayanan yang membuat merasa puas terhadap shofi wedding organizer dikarenakan oleh dekorasi pernikahan yang sesuai dengan permintaan, di sisi lain 5 (lima) pelanggan memberikan alasan pelayanan yang membuat merasa puas terhadap shofi wedding organizer dikarenakan oleh pelayanan dari owner dan semua tim shofi wedding ramah dan profesionnal. Berdasarkan hasil wawancara, informan 3

menjelaskan :

“Menurut saya, pelayanan owner dan tim shofi wedding sangat ramah dan membantu dalam menyukseskan acara saya itu yang membuat saya merasa puas”

8) Pendapat Mengenai Penampilan Fisik Galeri Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 8 Pendapat Mengenai Penampilan Fisik Galeri Shofi Wedding Organizer

No.	Informan	Pendapat Mengenai Penampilan Fisik Galeri Shofi Wedding Organizer	
		Kurang tertata	Tidak rapi
1.	Informan 1	✓	✓
2.	Informan 2	-	✓
3.	Informan 3	-	✓
4.	Informan 4	-	✓
5.	Informan 5	-	✓
6.	Informan 6	-	✓
Jumlah		1	5

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding menyatakan bahwa penampilan fisik galeri shofi wedding kurang tertata dengan rapi sehingga kurang nyaman untuk melakukan proses fitting busana. Berdasarkan hasil wawancara, informan 3 menjelaskan :

“Saya merasa kurang nyaman untuk fitting busana karena galeri masih menyatu dengan rumah owner, penataan busana masih berantakan belum terlihat rapi”

9) Pendapat Mengenai Aspek Pelayanan yang Dirasakan Masih Kurang Dan Perlu Ditingkatkan

Tabel 4 9 Pendapat Mengenai Aspek Pelayanan yang Dirasakan Masih Kurang Dan Perlu Ditingkatkan

No.	Pendapat	No. Informan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1.	Busana	✓	-	-	✓	-	-	2
2.	Riasan	-	-	✓	✓	✓	✓	4
3.	Peralatan Dekorasi	✓	-	✓	-	-	✓	3
4.	Dokumentasi	-	-	-	✓	✓	✓	3

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 2 (dua) pelanggan memberikan pendapat bahwa aspek pelayanan di shofi wedding yang perlu ditingkatkan adalah busana, 4 (empat) pelanggan memberikan bahwa aspek pelayanan di shofi wedding yang perlu ditingkatkan adalah riasan karena sangat penting untuk kepercayaan diri di hari istimewa. Sementara itu, 3 (tiga) pelanggan menyatakan masih perlu peningkatan pada peralatan dekorasi, dan 3 (tiga) pelanggan lain menyatakan pendapat bahwa aspek yang perlu ditingkatkan adalah dokumentasi yang menjadi kenangan abadi. Berdasarkan hasil wawancara, informan 5 menjelaskan :

“Dari foto, video dan riasan perlu di upgrade lagi.”

10) Pendapat Pengantin Mengenai Cara Shofi Wedding Organizer Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Tabel 4 10 Pendapat Pengantin Mengenai Cara Shofi Wedding Organizer Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

No.	Pendapat	No. Informan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1.	Memperbanyak koleksi busana pengantin setiap warna	✓	-	-	✓	-	-	2
2.	Mengikuti kegiatan wedding expo	-	✓	-	-	-	-	1
3.	Melatih para tim shofi wedding untuk meningkatkan keterampilan	-	-	✓	✓	✓	✓	4

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 2 (dua) pelanggan memberikan pendapat bahwa cara *meningkatkan* kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan shofi wedding organizer adalah dengan cara memperbanyak koleksi busana pengantin setiap warna agar banyak pilihan yang dapat dipilih oleh calon pengantin, 1 (Satu) pelanggan menyatakan pendapatnya bahwa cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan shofi wedding organizer dengan mengikuti program wedding expo agar

lebih banyak dikenal masyarakat. sementara itu, 4 (empat) pelanggan berpendapat bahwa cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan shofi wedding organizer dengan melatih para tim shofi wedding sesuai dengan bidangnya untuk meningkatkan keterampilan. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

“kalau menurut saya, memperbanyak model busana pengantin setiap warna sehingga klien memiliki banyak opsi yang sesuai dengan tema yang diinginkan, terus berinovasi produk dan layanan nya menyesuaikan tren terbaru”

11) Pendapat Mengenai Pengalaman Secara Keseluruhan Dalam Menggunakan Layanan Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 11 Pendapat Mengenai Pengalaman Secara Keseluruhan Dalam Menggunakan Layanan Shofi Wedding Organizer

No.	Informan	Pendapat Mengenai Pengalaman Secara Keseluruhan Dalam Menggunakan Layanan Shofi Wedding Organizer	
		Cukup Puas	Puas
1.	Informan 1	✓	-
2.	Informan 2	-	✓
3.	Informan 3	✓	-
4.	Informan 4	-	✓
5.	Informan 5	✓	-
6.	Informan 6	✓	-
	Jumlah	4	2

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 4 (empat) pelanggan memberikan pendapat bahwa secara keseluruhan merasa cukup puas dalam menggunakan layanan shofi wedding organizer. Sementara itu, 2 (dua) pelanggan lainnya memberikan pendapat bahwa secara keseluruhan merasa puas dalam menggunakan layanan shofi wedding organizer. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

“Cukup puas ya, semua berjalan dengan lancar. rekan-rekan serta keluarga memuji dekorasi nya yang bagus. namun, ada satu kekurangan, yaitu dari segi hiburan penyanyi tidak sesuai.”

12) Pendapat Mengenai Layanan Shofi Wedding Organizer Membantu Mengurangi Kekhawatiran Selama Persiapan Acara

Tabel 4 12 Pendapat Mengenai Layanan Shofi Wedding Organizer Membantu Mengurangi Kekhawatiran Selama Persiapan Acara

No.	Pendapat	No. Informan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1.	Sangat membantu dalam persiapan acara	✓	✓	✓	✓	✓	-	5
2.	Ada rasa khawatir	-	-	-	-	-	✓	1

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 5 (lima) pelanggan memberikan pendapat bahwa layanan shofi wedding sangat membantu mengurangi kekhawatiran selama persiapan acara. Di sisi lain 1 (satu) pelanggan menyatakan pendapat nya bahwa mengalami rasa khawatir selama persiapan acara. Berdasarkan hasil wawancara, informan 4 menjelaskan :

"Membantu banget, karena dari pihak keluarga dan saya sendiri belum ada pengalaman rangkaian acara pernikahan jadi oleh pihak shofi wedding dijelaskan dengan sangat detail."

13) Pendapat Mengenai Proses Pemesanan Dan Pembayaran Jasa Shofi Wedding Organizer

Tabel 4 13 Pendapat Mengenai Proses Pemesanan Dan Pembayaran Jasa Shofi Wedding Organizer

No.	Informan	Pendapat Mengenai Proses Pemesanan Dan Pembayaran Jasa Shofi Wedding Organizer	
		Cukup mudah	Sangat mudah
1.	Informan 1	-	✓
2.	Informan 2	-	✓
3.	Informan 3	✓	-
4.	Informan 4	-	✓
5.	Informan 5	✓	-
6.	Informan 6	-	✓
Jumlah		2	4

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang

telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, 4 (empat) pelanggan memberikan pendapat bahwa proses pemesanan dan pembayaran jasa shofi wedding sangat mudah, pendapat lain oleh 2 (dua) pelanggan menyatakan bahwa proses pemesanan dan pembayaran jasa shofi wedding cukup mudah. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

“Sangat mudah, mulai dari awal saya tanya pricelist di whatsapp kemudian membuat janji temu ke galeri shofi wedding dan aturan dalam pembayaran dp di awal dan diberikan keringanan untuk melunaskan pembayaran setelah acara.”

14) Pendapat Pengantin Mengenai Keluhan atau komplain

Tabel 4 14 Pendapat Pengantin Mengenai Keluhan atau komplain

No.	Pendapat	No. Informan						Jumlah
		1	2	3	4	5	6	
1.	Pernah melakukan komplain	✓	-	✓	-	✓	✓	4
2.	Tidak pernah melakukan komplain	-	✓	-	✓	-	-	2

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, sebanyak 6 (enam) pelanggan yang telah menggunakan jasa shofi wedding organizer, mayoritas pelanggan memberikan pendapat bahwa mengalami keluhan atau kepada shsofi wedding terkait permasalahan selama persiapan acara maupun saat acara. Adapun 2 (dua) pelanggan yang menyatakan pendapat bahwa tidak pernah melakukan keluhan atau komplain dikarenakan semua keinginan tercapai. Berdasarkan hasil wawancara, informan 1 menjelaskan :

“Iya saat sebelum hari h acara saya pernah komplain masalah bunga di pelaminan yang terlalu sedikit dan dari pihak shofi wedding langsung menanganinya.”

4.1.2 Usaha Pemilik Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

4.1.2.1 Pertanyaan Informan Ahli

- 1) Tanggapan Mengenai Pendapat Pengantin Tentang Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan

informan ahli terhadap pendapat pelanggan tentang strategi yang dapat dilakukan pemilik shofi wedding dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Informan ahli menjelaskan bahwa dalam memperbanyak koleksi busana, saat ini hanya membeli busana baru sesuai permintaan pengantin jika busana yang sudah ada di galeri tidak ada yang cocok. Untuk mengikuti wedding expo, belum diterapkan karena biaya yang tinggi. Adapun strategi yang diterapkan hingga saat ini adalah menjaga komunikasi dengan konsumen, menerapkan disiplin waktu kepada para tim, serta dapat menyesuaikan anggaran yang dimiliki para calon pengantin. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ahli (Shofi) memberikan tanggapan:

“Dalam memperbanyak koleksi busana pengantin agak sulit ya, karena saya hanya mengambil keuntungan sedikit dari paket layanan yang saya berikan. Saya hanya memenuhi permintaan calon pengantin yang ingin dibelikan busana baru jika busana yang ada di galeri tidak ada yang cocok. Sementara itu, untuk mengikuti wedding expo belum saya terapkan hingga saat ini karena memerlukan biaya yang tinggi dan bersaing harga serta kualitas dengan wo lain. Adapun Strategi yang saya terapkan hingga saat ini yang pertama adalah menjaga komunikasi dengan konsumen karena itu penting banget ya seperti jika ada kebutuhan dan keinginan sebisa mungkin diwujudkan contohnya konsumen request pelaminan dengan inspirasi dari wedding organizer tempat lain dan di wedding organizer saya belum ada pelaminan seperti itu jadi sebisa mungkin saya wujudkan dengan pelaminan yang sama persis seperti model yang diinginkan, yang kedua yaitu selalu memastikan seluruh tim memiliki etika kerja yang baik, ramah, dan profesional. Saya juga menerapkan disiplin waktu yang ketat, seperti pemasangan dekorasi yang dimulai minimal H- 3 dan selesai pada H-1, sehingga pihak konsumen tidak merasa khawatir, kemudian apabila ada keluhan atau komplain dari konsumen, saya segera menanganinya dengan cepat dan tepat, selanjutnya saya selalu menanyakan perihal anggaran yang dimiliki konsumen. Apabila anggaran tersebut tidak sesuai dengan paket yang saya tawarkan, saya berusaha

mewujudkan keinginan konsumen meskipun anggaran mereka jauh di bawah harga paket saya. Namun, saya tetap menjaga agar harga saya tidak jatuh dan saya tidak mengalami kerugian.

2) Upaya Yang Dilakukan Dalam Memasarkan Jasa Shofi Wedding Agar Di Minati Para Pelanggan

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan informan ahli dalam memasarkan jasa. Berdasarkan hasil wawancara, jawaban yang diberikan informan ahli (Shofi) adalah sebagai berikut:

“Upaya saya dalam memasarkan jasa Shofi Wedding adalah dengan membangun brand yang kuat melalui logo yang mudah diingat oleh calon pelanggan. Slogan yang saya gunakan untuk WO saya adalah “Nikah Tak Perlu Mahal, Harga Terjangkau.” Selain itu, saya aktif di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memamerkan hasil kerja dari Shofi Wedding. Saya juga sering memberikan promo khusus dengan berbagai bonus yang menarik selama periode tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan”.

3) Upaya Yang Dilakukan Dalam Melatih Karyawan Untuk Memberikan Layanan Yang Melebihi Ekspektasi Pelanggan

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan informan ahli dalam melatih karyawan untuk memberikan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, jawaban yang diberikan informan ahli (Shofi) adalah sebagai berikut:

“Saya fokus pada beberapa hal untuk melatih tim Shofi Wedding agar dapat memberikan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan. Pertama, saya selalu menekankan pentingnya standar layanan dan etika yang baik. Sesekali, kami mengadakan forum diskusi bersama tim untuk mendiskusikan keluhan-keluhan pelanggan dan mengevaluasi cara-cara untuk memperbaiki ke depannya. Selain itu, saya memberikan apresiasi kepada tim yang telah bekerja keras dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dengan memberikan bonus, sebagai motivasi mereka agar terus memberikan layanan terbaik”.

4) Program Pelatihan Untuk Meningkatkan Keterampilan Karyawan Dalam Memberikan Layanan

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui program pelatihan yang diterapkan informan ahli dalam meningkatkan keterampilan karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara, jawaban yang diberikan informan ahli (Shofi) adalah sebagai berikut:

“Hingga saat ini saya belum menjalankan program pelatihan khusus secara formal. Namun saya mengadakan forum diskusi dengan tim-tim saya di mana saya menampilkan contoh visual dekorasi yang sedang tren, cara menggunakan peralatan dekorasi terbaru. Selain itu, untuk tim rias saya sesekali melatih keterampilan merias mereka”

Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan analisis penelitian yang telah peneliti lakukan, Dari 6 (enam) informan yang terlibat dalam wawancara mendalam, teridentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan shofi wedding organizer di Bekasi, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Alexandra & Siregar (2015) diacu dalam (Chandra et al., 2020). 5 (lima) faktor yang signifikan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mencakup kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan. Namun, dalam shofi wedding organizer masih terdapat beberapa aspek yang belum sepenuhnya memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi

Tabel 4 15 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Shofi Wedding Organizer di Bekasi

Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	Data Informan (Dalam %)					
	1	2	3	4	5	6
Harga	80%	100%	0	100%	100%	100%
Faktor emosion al	80%	100%	80%	60%	40%	60%
Kualita s produ k	80%	100%	60%	60%	40%	60%
Kualitas Pelayan an	80%	100%	60%	60%	40%	60%
Kemudahan	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan analisis penelitian yang telah dilakukan, faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Shofi Wedding Organizer antara lain adalah harga yang kompetitif sesuai dengan layanan paket pernikahan yang tersedia di Shofi Wedding Organizer. Selain itu, faktor emosional juga berperan penting, di mana mayoritas pelanggan merasa puas terhadap paket layanan Shofi Wedding Organizer yang terdiri dari dekorasi, busana, dan hiburan. Kemudahan dalam proses pemesanan jasa paket pernikahan dan pembayaran jasa Shofi Wedding Organizer juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Para informan juga mengekspresikan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik dan tim Shofi Wedding Organizer.

Usaha Pemilik Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan analisis penelitian yang telah dilakukan, Informan ahli (Shofi) telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa upaya tersebut telah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016) mengenai relationship marketing dan strategi superior customer service. Informan ahli menerapkan relationship marketing dengan membangun hubungan yang kuat dan personal dengan setiap pelanggan, memastikan bahwa setiap kebutuhan dan keinginan para pelanggan terpenuhi dengan baik. Selain itu, strategi superior customer service diterapkan melalui pelatihan intensif bagi para tim untuk memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dalam penelitian yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan shofi wedding organizer di Bekasi menunjukkan bahwa beberapa faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan meliputi harga, faktor emosional, kemudahan serta pelayanan dari pemilik dan tim shofi wedding organizer yang ramah dan profesional. Harga yang sesuai dengan layanan, pengalaman emosional yang positif, dan kemudahan dalam berkomunikasi dan berkoordinasi menjadi faktor signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah dan profesional juga menjadi faktor penting bagi pelanggan. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa kualitas produk seperti busana dan fasilitas lainnya serta kualitas pelayanan dalam hal riasan dan dokumentasi masih perlu ditingkatkan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, pemilik berupaya menjaga harga yang kompetitif, memberikan pelayanan yang mudah diakses, dan terus memberikan pelayanan yang ramah dan profesional dalam layanan.

Perhatian lebih terhadap peningkatan kualitas produk seperti peralatan dekorasi, busana serta dokumentasi akan sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi pihak shofi wedding yaitu peningkatan kualitas bahan dekorasi dan inovasi dalam desain dekorasi dapat menjadi langkah awal untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Selain itu, menyediakan fasilitas pendukung seperti peralatan yang lebih modern dan berkualitas tinggi juga penting untuk menunjang hasil akhir yang lebih memuaskan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal hasil riasan dan dokumentasi, shofi wedding organizer disarankan untuk memberikan pelatihan tambahan bagi tim yang terlibat. Pelatihan ini dapat mencakup teknik riasan terbaru, penggunaan peralatan rias yang lebih baik, serta teknik fotografi dan videografi yang lebih profesional. Dengan melakukan perbaikan dalam faktor- faktor yang belum mencapai kepuasan

pelanggan, shofi wedding organizer dapat meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan dan mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Daftar Referensi

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Chandra, T., Chandra, S., & hafni, L. (2020). *Servicr Quality, Consumer Satisfaction, Dan Costumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189. <https://stp-mataram.e-journal.id/IIP/article/view/618>
- Ernawati, Firmansyah, I., & Pratiwi, S. (2023). Pengaruh Media Gambar Terhadap Hasil Belajar Ipa Materi Makhluk Hidup Dan Lingkungannya Pada Siswa Kelas IV SD. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 08(1), 6537–6546.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, R. A. F. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Kosanke dkk. (2019). Praktik Penentuan Harga Pokok Produksi Di Kampoeng Gerabah Pagerjuran. *E-Journal.Uajy.Ac.Id*, 8–31.
- Learns, M., & Nainggolan, N. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt International Hardware Indo Di Kota Batam.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Musyawah, I. Y. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 49–59.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Rachmawansyah, R., Bambang, M., & Rohman, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785344>
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Sasti, A. A., Sijabat, R., & Darmaputra, M. F. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(2), 173–188. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1640>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Sebayang, I., & Nurhaida, T. (2021). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus Muda Pada PT Bank BNI Kcumedan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 19, 1(2), 1–9.
- Sibarani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>

- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. *Jurnal Brand*, 2(1), 141.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.
- Tito, A. C. P., & Parahiyangan, P. (2022). Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Aspek Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Pt Agronesia Saripetojo Bandung). *Angewandte Chemie International Edition*, 07(01), 38–48.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Wahyudin, F. (2019). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Bengkel Fajar Motor Temanggung. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Bengkel Fajar Motor Temanggung*.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.