

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DELIFA SPACE SELF-PHOTO STUDIO KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

¹Malik Fajar, ²Muhammad Tamrin, ³Haslindah, ⁴Andi Riska Andreani Syafaruddin

¹²³⁴Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

¹malikfajark@gmail.com ²thamrinmuhammad4@gmail.com

³haslindahpratiwi7@gmail.com ⁴riska.andreani93@gmail.com

ABSTRACT

The Self-Photo studio industry is growing rapidly along with the increasing trend of instant photography and customer demand for a more personalized photo experience. Delifa Space Self-Photo Studio needs to understand the level of customer satisfaction to improve its services. This study analyzes customer satisfaction with service quality at Delifa Space using the SERVQUAL approach. The quantitative method is applied with a questionnaire distributed to 73 respondents, determined using the Slovin formula with a 10% error tolerance. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics V22 through validity, reliability, normality, and simple linear regression tests. The results showed that service quality has a significant effect on customer satisfaction (Sig. <0.05), with physical evidence and reliability dimensions as the main factors. Customers consider physical facilities and service consistency more in assessing their experiences. However, aspects such as the variety of photo props, flexible reservation systems, and the comfort of the studio space still need to be improved. Delifa Space is advised to improve the studio layout, lighting, variety of photo props, and ensure the timeliness of service, consistency of shooting procedures, and staff responsiveness to increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Delifa Space, Customer Satisfaction, Service Quality, Self-Photo Studio, SERVQUAL

ABSTRAK

Industri *Self-Photo* studio berkembang pesat seiring meningkatnya tren fotografi instan dan permintaan pelanggan akan pengalaman berfoto yang lebih personal. Delifa Space *Self-Photo* Studio perlu memahami tingkat kepuasan pelanggan untuk meningkatkan layanan. Penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di Delifa Space menggunakan pendekatan SERVQUAL. Metode kuantitatif diterapkan dengan kuesioner yang disebarakan kepada 73 responden, ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan 10%. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics V22 melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sig. < 0,05), dengan dimensi bukti fisik dan keandalan sebagai faktor utama. Pelanggan lebih mempertimbangkan fasilitas fisik dan konsistensi layanan dalam menilai pengalaman mereka. Namun, aspek seperti variasi properti foto, sistem reservasi yang fleksibel, dan kenyamanan ruang studio masih perlu ditingkatkan. Delifa Space disarankan untuk meningkatkan tata letak studio, pencahayaan, variasi properti foto, serta memastikan ketepatan waktu layanan, konsistensi prosedur pemotretan, dan responsivitas staf guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Delifa Space, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Self-Photo Studio, SERVQUAL

PENDAHULUAN

Industri *Self-Photo* studio mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya tren fotografi instan dan kebutuhan pelanggan akan pengalaman berfoto yang lebih personal (Yogascitra Naufal *et al.*, 2023). Fenomena ini didukung oleh perkembangan media sosial, di mana pengguna semakin tertarik untuk berbagi momen melalui foto berkualitas tinggi (Nurhastuti *et al.*, 2024). Salah satu bisnis yang bergerak di bidang ini adalah Delifa Space *Self-Photo* Studio yang berlokasi di Kabupaten Sidenreng Rappang. Namun, persaingan yang semakin ketat dalam industri ini menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Nizar & Nazir, 2020).

Kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif (Suwarsito dan Aliya, 2020). Beberapa aspek yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri ini meliputi fasilitas fisik, keandalan layanan, responsivitas staf, serta kenyamanan studio (Delima & Puspitasari, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Delifa Space *Self-Photo* Studio dengan pendekatan model SERVQUAL. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemilik usaha dalam mengidentifikasi aspek layanan yang perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi Delifa Space *Self-Photo* Studio dalam meningkatkan strategi bisnis berbasis kepuasan pelanggan. Sementara itu, secara akademis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi kajian di bidang ekonomi, khususnya dalam aspek manajemen kualitas layanan di sektor jasa fotografi. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan industri *Self-Photo* Studio dapat berkembang lebih kompetitif dan berkelanjutan di masa depan.

LANDASAN TEORI

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam menilai keberhasilan suatu layanan. Menurut Kotler (2016), kepuasan pelanggan muncul ketika harapan pelanggan sesuai atau melampaui pengalaman nyata mereka terhadap suatu produk atau jasa. Jika ekspektasi tidak terpenuhi, pelanggan akan merasa kecewa, sedangkan jika pelayanan melampaui harapan, kepuasan akan meningkat (Dimas & Soliha, 2022). Menurut (Rahmadani, Suardana, 2023) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kepuasan pelanggan menjadi elemen penting dalam meningkatkan loyalitas dan rekomendasi terhadap suatu layanan.

Kualitas pelayanan memiliki peran krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan. Tjiptono (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan dan seberapa jauh layanan tersebut dapat memenuhi keinginan mereka (Khansa, 2020). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan agar pelanggan merasa puas dan tetap loyal terhadap suatu merek atau usaha (Sudarnice, 2020). Menurut Haslindah *et al.* (2024) bahwa peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan serta menciptakan efek promosi dari mulut ke mulut yang positif. Dengan demikian, layanan yang baik bukan hanya menciptakan pengalaman positif, tetapi juga menjadi faktor utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, artinya bahwa bila ingin meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan tidak membedakan pelanggan tetap memberikan pelayanan yang terbaik.

Dalam mengukur kualitas pelayanan, model SERVQUAL (*Service Quality*) yang diperkenalkan oleh Kotler dan Keller (2016) menjadi pendekatan yang umum digunakan. Model ini mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Khansa, 2020). Dimensi ini menjadi indikator utama dalam menilai kualitas suatu layanan berdasarkan pengalaman pelanggan.

Keandalan merujuk pada kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan setiap saat. Pelanggan mengharapkan konsistensi dalam layanan yang mereka terima, terutama dalam hal ketepatan waktu dan kesesuaian dengan standar yang dijanjikan. Sementara itu, daya tanggap mengacu pada kecepatan dan kesiapan staf dalam merespons kebutuhan pelanggan. Layanan yang cepat dan responsif akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memberikan kesan profesionalisme dalam operasional bisnis.

Jaminan dalam layanan berkaitan dengan tingkat keamanan dan kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan. Aspek ini mencakup kemampuan dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan serta membangun kepercayaan terhadap pelanggan. Empati, di sisi lain, mencerminkan sejauh mana penyedia layanan memahami dan memperhatikan kebutuhan pelanggan secara personal. Semakin tinggi tingkat empati yang ditunjukkan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan.

Bukti fisik dalam model SERVQUAL berkaitan dengan aspek visual dan fasilitas fisik yang menunjang pengalaman pelanggan. Faktor ini meliputi tampilan ruang layanan, peralatan yang digunakan, hingga kebersihan dan kenyamanan lingkungan. Haslindah *et al.* (2024) menyoroti bahwa peningkatan kualitas fasilitas dapat berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan serta menciptakan pengalaman yang lebih berkesan.

Dalam konteks penelitian ini, paradigma berpikir yang digunakan berfokus pada bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2011) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan ekspektasi dan kinerja layanan yang diterima (Murtiningsih *et al.*, 2020). Oleh karena itu, pemahaman terhadap dimensi SERVQUAL menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian yang akan digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap Delifa Space *Self-Photo* Studio.

METODOLOGI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Delifa Space *Self-Photo* Studio. Metodologi yang digunakan mencakup pendekatan penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian survei, di mana data diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Delifa Space *Self-Photo* Studio di Kabupaten Sidenreng Rappang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pelanggan yang secara kebetulan datang ke studio selama periode penelitian. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat toleransi kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 73 responden.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan model SERVQUAL. Kuesioner ini berisi pertanyaan yang mengukur lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik serta kepuasan pelanggan dengan indikator Ekspektasi dan Kinerja. Selain itu, observasi dilakukan dengan mengamati langsung interaksi staf dengan pelanggan serta kondisi fasilitas studio untuk menilai kesesuaian layanan dengan standar yang diharapkan pelanggan. Dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan data pendukung dari laporan internal atau informasi terkait Delifa Space *Self-Photo* Studio.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima tingkat jawaban, mulai dari sangat tidak baik hingga sangat baik. Variabel yang diukur mencakup variabel independen, yaitu kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, serta variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan berdasarkan ekspektasi dan kinerja layanan.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, serta analisis regresi linear sederhana. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang diteliti dengan baik (Taopik et al., 2023). Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan ambang batas $\geq 0,70$ untuk menilai konsistensi instrumen penelitian (Wahyu, 2020). Uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov menggunakan pendekatan *Exact* untuk menguji apakah data berdistribusi normal (Azizah et al., 2023). Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan menilai signifikansi uji *t* (Sig. $< 0,05$) (Muh Kadafi. S, 2022).

Hasil dari analisis ini akan memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Delifa Space *Self-Photo* Studio serta aspek yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Delifa Space *Self-Photo* Studio memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi secara nyata terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam uji validitas, seluruh indikator dalam kuesioner memiliki nilai korelasi *Pearson Product Moment* lebih besar dari *r*-tabel pada taraf signifikansi 5%, yang berarti semua item valid dalam mengukur variabel penelitian. Uji reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* menghasilkan nilai lebih dari 0,70, yang menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi yang baik.

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sebelum dilakukan analisis regresi. Uji ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan *Exact*, yang lebih akurat untuk ukuran sampel kecil atau data yang tidak seimbang (Andhika Pratama & Christina Dwi Astuti, 2024). Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk analisis lebih lanjut.

Secara deskriptif, hasil analisis berdasarkan lima dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa dimensi reliabilitas dan bukti fisik memiliki skor tertinggi dalam penilaian pelanggan. Ini

berarti pelanggan merasa puas dengan konsistensi layanan serta fasilitas yang disediakan oleh Delifa Space. Sebaliknya, dimensi daya tanggap dan empati memiliki skor yang relatif lebih rendah, yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam aspek interaksi staf dengan pelanggan.

Tabel berikut menyajikan hasil rata-rata skor dari masing-masing dimensi SERVQUAL:

Table 1 Servqual

Dimensi SERVQUAL	Rata-rata Skor
Reliabilitas	4.41
Daya Tanggap	4.30
Jaminan	4.26
Empati	4.05
Bukti Fisik	4.50

Sumber: Hasil olah data kuesioner 2024.

Table 2 Hasil Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877	.770	.767	1.113

Selain itu, hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai R yang diperoleh adalah 0,877, dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,770. Nilai ini menunjukkan bahwa 77% variasi dalam variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Table 3 Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t
(Constant)	-2.131	1.540		-1.383

Berdasarkan hasil perhitungan SERVQUAL, terlihat bahwa semua dimensi memiliki nilai gap negatif, yang berarti bahwa ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan masih lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi mereka. Dimensi empati memiliki gap terbesar (-0.30), yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa aspek perhatian dan kepedulian staf perlu ditingkatkan. Sebaliknya, dimensi reliabilitas dan bukti fisik memiliki gap terkecil, yang mengindikasikan bahwa aspek tersebut sudah mendekati harapan pelanggan.

Dari sisi variabel Y (Kepuasan Pelanggan), hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun pelanggan cenderung merasa puas, masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi dan realitas layanan. Faktor bukti fisik dan reliabilitas memberikan kontribusi positif terbesar dalam membangun kepuasan pelanggan, sedangkan daya tanggap dan empati menjadi aspek yang paling perlu diperbaiki. Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan kepuasan pelanggan dapat difokuskan pada penguatan interaksi dan responsivitas staf dalam melayani pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) dalam (Safitri, 2022), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka. Temuan ini juga mendukung penelitian Sudrajad

JS & Andayani, (2019), yang menunjukkan bahwa SERVQUAL dapat menjadi alat yang efektif dalam mengukur kualitas pelayanan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, diterima. Sebaliknya, hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di Delifa Space *Self-Photo Studio*.

Selain itu, pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa terdapat aspek kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan persepsi pelanggan. Hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti bahwa pelanggan masih merasakan adanya kesenjangan antara harapan dan realitas layanan yang diterima. Hasil analisis SERVQUAL menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*empathy*) mendapatkan skor lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya, sehingga memerlukan perbaikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan mengharapkan respons yang lebih cepat dari staf serta perhatian yang lebih besar terhadap kebutuhan mereka.

Dengan demikian, peningkatan dalam aspek daya tanggap dan empati menjadi prioritas utama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di Delifa Space *Self-Photo Studio*. Langkah-langkah strategis seperti pelatihan pelayanan pelanggan, sistem umpan balik pelanggan, dan optimalisasi interaksi staf dengan pelanggan dapat membantu mengatasi permasalahan ini serta meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Delifa Space *Self-Photo Studio*. Dimensi reliabilitas dan bukti fisik mendapatkan penilaian paling tinggi dari pelanggan, sementara dimensi daya tanggap dan empati masih memerlukan peningkatan. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat menjelaskan 77% variasi kepuasan pelanggan, sehingga perbaikan dalam layanan akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Sebagai saran, bagi Delifa Space *Self-Photo Studio*, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai wawasan strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek kenyamanan studio, variasi fasilitas, dan interaksi staf dengan pelanggan. Peningkatan standar layanan dapat dilakukan dengan meningkatkan daya tanggap staf, memperbaiki sistem reservasi agar lebih fleksibel, serta menambah variasi properti dan latar belakang foto untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Selain itu, loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan melalui program loyalitas, paket promosi menarik, serta inovasi layanan agar pelanggan tetap tertarik menggunakan layanan Delifa Space. Pengembangan sistem umpan balik pelanggan berbasis digital juga penting untuk memantau kepuasan pelanggan dan menyesuaikan strategi pelayanan sesuai kebutuhan mereka.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam studi mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan di industri *Self-Photo studio*. Penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti loyalitas pelanggan, efektivitas strategi pemasaran, atau perbandingan dengan jenis studio fotografi lainnya. Studi dengan metode kualitatif atau mixed-method juga dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam persepsi pelanggan terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai validasi penerapan model SERVQUAL dalam industri *Self-Photo studio* serta sebagai referensi akademis bagi mahasiswa atau peneliti yang ingin menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika Pratama, & Christina Dwi Astuti. (2024). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Program Mbkm. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 2038–2050. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.269>
- Azizah, N., Dahliani, Y., & Qomaruzzaman Ratu Edi, B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Scoopy Di Kecamatan Mayang Jember. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(1), 93–107. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i1.912>
- Delima, M., & Puspitasari, D. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Cs Knalpot Semarang Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance-Performance Analysis (Ipa). *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 3(2), 206–223.
- Dimas, D. K., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>
- Haslindah, Wahyuni Saleh, I. A. P. dan E. S. (2024). Analisis strategi pemasaran produk tabungan pada pt. bank mandiri kcp sidrap rappang. *Journal, Communnity Development Tabungan, Produk Mandiri, Bank*, 5(5), 9285–9291.
- Khansa, R. S. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(Xx), 8. [http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal Indo Ratu Syifa-dikonversi.pdf](http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal%20Indo%20Ratu%20Syifa-dikonversi.pdf)
- Muh Kadafi, S, N. K. (2022). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di cafe warga kopi kecamatan bacukiki kota parepare. 1(1), 1–10.
- Murtiningsih et al. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. 20(1), 34–43.
- Nizar, N. I., & Nazir, A. (2020). Faktor Human Capital Pada Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 52–65. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.103>
- Nurhastuti, E. F., Prabowo, H., & Indiworo, R. H. E. (2024). Pengaruh Price dan Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Customer Puninoth Studio Self Photo Studio Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 69–85. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v4i1.738>
- Pokhrel, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Di Kota Bandung. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Rahmadani, Suardana, & S. 2019. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 2549–2284.
- Safitri, L. (2022). Analisis Kualitas Makanan, Citra Kota, Dan Promosi Terhadap Kunjungan Ulang Pada Wisata Kota Bukittinggi Sumatera Barat Dengan Kepuasa Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 270–289. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.831>
- Sudarnice. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Alfamidi Kolaka. 9(2), 280–293.
- Sudrajad JS, & Andayani, N. R. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Pt Ramajaya Copier. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 119–131. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1291>
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35.

<https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.826>

Taopik, I., Supriatna, E., & Yuliani, W. (2023). Uji VALIDITAS DAN RELIABILITAS .
ANGKET INTERAKSI SOSIAL. FOKUS, 6(4).

Wahyu, A. (2020). *Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. Issue 2.*

Yogascitra Naufal, Neni Yulianita, & Anne Maryani. (2023). Makna Diri dan Branding
Fotografer. *Komversal*, 5(2), 187–202. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1077>

