

## Optimasi Pelayanan Pelanggan: Suatu Penelitian Analisis Kualitas Layanan

Dewi Nafisah<sup>1</sup>, & Moh.Agung Suriyanto<sup>2</sup>

[nafisahdewi439@gmail.com](mailto:nafisahdewi439@gmail.com)<sup>1</sup>

Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia<sup>1,2</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pelayanan pelanggan melalui analisis kualitas layanan dengan pendekatan kualitatif. Melalui pengumpulan data deskriptif berupa bahasa tertulis dan lisan dari responden yang dapat diamati, penelitian ini mencoba mendalami fenomena individu atau kelompok terkait dengan pelayanan pelanggan. Metode penelitian mengadopsi model Miles dan Huberman dengan fokus pada penyajian data, reduksi data, dan penarikan simpulan. Hasil analisis data ini diharapkan dapat memberikan gambaran kompleks tentang kualitas layanan pelanggan, mengidentifikasi kelemahan atau kekurangan yang mungkin ada, dan memberikan dasar untuk rekomendasi perbaikan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami ekspektasi dan persepsi pelanggan, memajukan pemahaman tentang pelayanan pelanggan dalam konteks bisnis modern, dan memberikan landasan untuk strategi perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif melalui pelayanan pelanggan yang unggul.

**Kata Kunci :** Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian

*Abstract: This research aims to optimize customer service through the analysis of service quality using a qualitative approach. Through the collection of descriptive data in the form of written and oral language from observable respondents, the study seeks to delve into individual or group phenomena related to customer service. The research methodology adopts the Miles and Huberman model with a focus on data presentation, data reduction, and conclusion drawing. The results of this data analysis are expected to provide a complex overview of customer service quality, identify weaknesses or deficiencies that may exist, and provide a basis for improvement recommendations. This research contributes to understanding customer expectations and perceptions, advancing the understanding of customer service in the context of modern business, and providing a foundation for company strategies to achieve a competitive advantage through superior customer service.*

**Keywords:** Tangible evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

### Pendahuluan

Pelayanan pelanggan telah menjadi pilar utama dalam dunia bisnis modern. Dalam era di mana persaingan semakin ketat dan pelanggan memiliki ekspektasi yang semakin tinggi, perusahaan tidak lagi dapat mengabaikan pentingnya memberikan layanan pelanggan yang optimal. Kualitas layanan pelanggan bukan hanya sekadar aspek tambahan; melainkan merupakan elemen utama yang dapat membedakan keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan (Pratama, & Wibowo, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam tentang aspek-aspek kualitas layanan pelanggan dan bagaimana optimasi dapat menjadi kunci keunggulan kompetitif.

Perubahan dramatis dalam perilaku konsumen, didorong oleh kemajuan teknologi dan akses informasi yang lebih mudah, telah mengubah paradigma bisnis global (Karneli, 2014). Pelanggan tidak lagi hanya membeli produk atau jasa; mereka mencari pengalaman yang memuaskan dan relevan. Inilah yang membuat pelayanan pelanggan menjadi aspek yang sangat penting dalam strategi bisnis. Sebuah perusahaan yang mampu memberikan pelayanan pelanggan yang baik tidak hanya menciptakan pelanggan yang puas, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang berkelanjutan (Chadiq, 2015).

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, perusahaan tidak lagi dapat bersandar pada keunggulan produk atau harga saja. Pelanggan

kini cenderung memilih perusahaan yang tidak hanya menyediakan produk atau jasa berkualitas, tetapi juga memberikan pengalaman pelanggan yang superior. Oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, memberikan solusi untuk masalah mereka, dan memberikan pengalaman yang positif secara keseluruhan.

Kualitas layanan pelanggan tidak dapat diukur dengan satu parameter tunggal; sebaliknya, itu melibatkan sejumlah komponen yang saling terkait (Haryanto, 2013). Salah satu aspek penting adalah responsivitas, yang mencakup sejauh mana perusahaan merespon pertanyaan, kebutuhan, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien. Responsivitas yang baik menciptakan hubungan saling percaya dan membangun citra positif perusahaan di mata pelanggan.

Kehandalan merupakan elemen lain yang tak kalah penting. Pelanggan menginginkan kepastian bahwa produk atau jasa yang mereka beli akan berfungsi seperti yang dijanjikan, dan jika ada masalah, perusahaan akan menanggapi dengan cepat dan efektif. Keamanan dan ketanggapan terhadap masalah juga menjadi bagian integral dari kualitas layanan pelanggan (Aprinaldi, Nyorong, & Diana, 2022; Sulistyono, 2019). Pelanggan ingin merasa aman dalam setiap transaksi dan percaya bahwa perusahaan akan menanggapi masalah atau kekhawatiran mereka dengan serius.

Selain itu, empati adalah elemen yang tidak boleh diabaikan. Perusahaan yang dapat memahami dan meresapi kebutuhan serta keinginan pelanggan akan lebih mampu membentuk hubungan yang kuat. Empati menciptakan pengalaman personal yang dapat membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan (Akhyar, 2023).

Penelitian tentang optimasi pelayanan pelanggan dan analisis kualitas layanan menjadi semakin penting dalam konteks bisnis global yang berkembang pesat. Pelanggan yang puas bukan hanya menjadi pelanggan setia, tetapi juga menjadi duta

mereka yang efektif. Mereka cenderung membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui platform media sosial, yang dapat membentuk persepsi positif terhadap perusahaan.

Sebaliknya, pengalaman pelanggan yang buruk dapat memiliki dampak jangka panjang yang merugikan. Dalam dunia yang terhubung secara digital, ulasan negatif dapat menyebar dengan cepat dan mencapai audiens yang sangat luas. Oleh karena itu, perusahaan tidak lagi dapat mengabaikan pentingnya pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi.

Selain dampak eksternal, analisis kualitas layanan pelanggan juga memberikan wawasan internal yang berharga bagi perusahaan. Identifikasi area di mana pelayanan pelanggan dapat dioptimalkan dapat membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien, meningkatkan proses operasional, dan mengurangi potensi kerugian finansial yang disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan.

Dalam dunia bisnis yang berubah dengan cepat, perusahaan harus senantiasa beradaptasi dan meningkatkan untuk tetap relevan. Keunggulan kompetitif bukan lagi hanya tentang produk atau harga; tetapi juga tentang kemampuan perusahaan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang unggul (Jannah, 2014). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis kualitas layanan pelanggan sebagai langkah awal menuju optimasi yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif.

Dengan menggali lebih dalam ke dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan pelanggan, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan hubungan pelanggan, menciptakan loyalitas, dan meningkatkan reputasi mereka di pasar. Keberlanjutan bisnis bukan hanya tentang keuntungan jangka pendek; melainkan tentang membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang, yang hanya dapat dicapai melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan

dan ekspektasi pelanggan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sebuah pendekatan yang memanfaatkan data deskriptif dalam bentuk bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang diamati. Metode kualitatif untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Dalam pendekatan ini, peneliti berusaha menciptakan gambaran kompleks melalui analisis kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan studi pada situasi yang alami (Arkandito dkk., 2019).

Proses analisis data mengadopsi model Miles dan Huberman yang melibatkan tiga tahap utama: penyajian data (data display), reduksi data (data reduction), dan penarikan simpulan. Penyajian data melibatkan ekspresi visual dari data yang dihimpun, sementara reduksi data mencakup rangkuman, pemilihan hal-hal pokok, fokus pada aspek yang signifikan, dan identifikasi tema serta pola yang muncul (Sugiyono, 2020). Dalam konteks ini, mereduksi data berarti melakukan pengkondisian terhadap informasi yang relevan, memfilter esensi dari setiap wawancara atau laporan responden, dan memusatkan perhatian pada inti masalah.

Selanjutnya, penarikan simpulan melibatkan penyusunan rangkuman temuan utama dan pemaparan interpretasi yang mendalam terkait dengan pertanyaan penelitian. Analisis data ini membantu peneliti untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan yang muncul dari hasil penelitian, memungkinkan mereka untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas layanan pelanggan dan potensi area yang perlu dioptimalkan. Dengan menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis yang telah disebutkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif dan mendalam terkait dengan kualitas layanan pelanggan serta memberikan dasar untuk rekomendasi perbaikan yang

berbasis pada temuan empiris.

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian ini mencerminkan pentingnya perusahaan dalam terus memantau dan meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Meskipun terdapat beberapa kekurangan, temuan ini memberikan landasan bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan dan optimasi. Indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi, yaitu:

#### ***Bukti Fisik (Tangibles)***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek bukti fisik atau tangibles dalam layanan pengiriman X Cabang Gresik masih memerlukan perhatian khusus. Ruang yang sempit dan kurangnya kapasitas memberikan dampak negatif terhadap persepsi positif pelanggan terhadap layanan. Pemahaman bahwa bukti fisik mencakup aspek fasilitas fisik yang menciptakan pengalaman pelanggan menjadi krusial. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa bukti fisik memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Sebagai penguat, penelitian oleh Mulyawan dan Sidharta (2013) mengemukakan bahwa bukti fisik mencakup segala sesuatu yang bisa dilihat, didengar, atau dirasakan oleh pelanggan dalam interaksi dengan penyedia layanan. Penelitian tersebut menyoroti bahwa desain ruang fisik, kebersihan, dan presentasi visual adalah elemen-elemen kunci dalam menciptakan bukti fisik yang positif. Oleh karena itu, hasil temuan terkait ruangan yang sempit dalam penelitian ini dapat dianggap sebagai konsistensi dengan temuan terdahulu.

Adapun rekomendasi perbaikan pada aspek bukti fisik mencakup evaluasi dan pembaruan fasilitas fisik, termasuk peningkatan kapasitas ruangan. Penguatan pada area ini tidak hanya akan meningkatkan persepsi positif pelanggan tetapi juga menciptakan lingkungan yang mempromosikan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Melalui pemahaman mendalam

terhadap temuan ini, perusahaan dapat mengimplementasikan strategi perbaikan yang lebih terarah, memastikan bahwa setiap elemen bukti fisik memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman pelanggan. Evaluasi terus-menerus terhadap aspek bukti fisik menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik visual dan kenyamanan ruang, yang pada gilirannya dapat mendukung peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh.

### ***Kehandalan (Reliability)***

Hasil penelitian terkait dimensi kehandalan pada layanan pengiriman X Cabang Gresik menunjukkan adanya perbedaan persepsi antara pemberi layanan dan pengguna layanan, terutama terkait dengan ketepatan waktu pengiriman. Keterlambatan kurir dalam mengirim barang dan ketidakpastian informasi merupakan faktor utama ketidakpuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa kehandalan dalam menghormati waktu pengiriman adalah kunci untuk menciptakan kepuasan pelanggan (Fandy, Chandra, & Adriana, 2012).

Penelitian sebelumnya oleh Hanafi, Trisolvena, dan Sumiati (2023) juga menyoroti pentingnya kehandalan sebagai elemen inti dalam kualitas layanan. Mereka menegaskan bahwa pelanggan cenderung memberikan penilaian yang lebih negatif terhadap layanan yang tidak dapat diandalkan. Dalam konteks ini, keterlambatan dan ketidakpastian pengiriman barang oleh kurir dapat menjadi penyebab utama penurunan kepercayaan pelanggan terhadap layanan pengiriman X Cabang Gresik.

Langkah-langkah perbaikan yang dapat diambil oleh manajemen termasuk peningkatan manajemen waktu, pelatihan kurir untuk meningkatkan efisiensi dan ketepatan dalam pengiriman, serta peningkatan sistem informasi yang dapat memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan. Peningkatan kehandalan dalam layanan pengiriman akan membantu

menciptakan kepercayaan pelanggan, memperkuat hubungan jangka panjang, dan meningkatkan reputasi perusahaan di pasar.

Dalam konteks ini, temuan penelitian sebelumnya dapat memberikan wawasan tambahan. Penelitian yang dilakukan oleh Tamri, Erwandi, Iskandar, dan Slamet, (2023) menunjukkan bahwa pelanggan cenderung memberikan penilaian lebih positif terhadap layanan yang dianggap dapat diandalkan. Oleh karena itu, keberhasilan upaya perbaikan pada dimensi kehandalan dapat memberikan dampak positif secara keseluruhan pada persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan pengiriman X Cabang Gresik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyoroti pentingnya kehandalan dalam konteks layanan pengiriman. Dengan memahami perbedaan persepsi dan menanggapi ketidakpuasan pelanggan terkait kehandalan, manajemen dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan. Dalam konteks penelitian sebelumnya, penting untuk diingat bahwa kehandalan bukan hanya faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

### ***Daya Tanggap (Responsiveness)***

Daya tanggap, sebagai dimensi kualitas layanan pelanggan, menyoroti kemampuan suatu organisasi atau layanan untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap kebutuhan dan permintaan pelanggan. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum, jasa pengiriman X Cabang Gresik dinilai baik dalam aspek daya tanggap.

Petugas layanan terlihat aktif dan membantu pelanggan, terutama dalam proses registrasi dan memberikan informasi terkait layanan. Respons yang positif ini penting karena memperlihatkan kesediaan dan kemauan organisasi untuk merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efektif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa daya tanggap yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Veronica, 2017; Mulyawan, & Juhana, 2015). Pelanggan cenderung lebih puas ketika mereka merasakan bahwa permintaan atau kebutuhan mereka diindahkan dengan cepat dan dengan sikap yang baik dari pihak penyedia layanan.

Namun, perlu dicatat bahwa dalam menjaga kualitas daya tanggap, konsistensi adalah kunci. Meskipun temuan saat ini menunjukkan tingkat respons yang baik, penting bagi jasa pengiriman X Cabang Gresik untuk terus memantau dan memastikan bahwa standar respons yang baik tetap konsisten seiring waktu.

Studi sebelumnya oleh Karsono, Purwanto, dan Salman (2021) menekankan bahwa daya tanggap yang konsisten dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang. Oleh karena itu, keberlanjutan dalam memberikan pelayanan responsif harus menjadi fokus perhatian manajemen.

Secara keseluruhan, temuan ini memberikan gambaran positif tentang daya tanggap jasa pengiriman X Cabang Gresik. Respons yang cepat dan efektif memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Dengan mempertahankan standar respons yang baik, organisasi dapat terus memperkuat hubungan dengan pelanggan dan menciptakan pengalaman positif dalam setiap interaksi. Evaluasi dan pemantauan yang berkelanjutan adalah kunci untuk memastikan bahwa daya tanggap yang baik tetap menjadi salah satu keunggulan layanan jasa pengiriman ini.

### ***Jaminan (Assurance)***

Hasil penelitian mengungkapkan dimensi keempat, yaitu jaminan, dalam konteks layanan pengiriman X Cabang Gresik. Dimensi ini mencakup aspek pengetahuan karyawan terhadap produk, kualitas keramah tamahan, perhatian dan

kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari aspek jaminan yang diberikan oleh karyawan jasa pengiriman X Cabang Gresik dianggap baik oleh pelanggan. Sikap petugas yang sopan, ramah, dan keahlian dalam memberikan informasi menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap layanan. Hal ini sejalan dengan konsep jaminan yang mencakup aspek-aspek tersebut sebagai bagian dari upaya untuk memberikan keyakinan dan keamanan kepada konsumen (Akbarjono, 2017).

Studi terdahulu oleh Zakhroh (2017) menyoroti pentingnya kesopanan petugas dalam memberikan pelayanan. Sikap sopan dan ramah menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan dan dapat meningkatkan persepsi terhadap kualitas layanan. Temuan ini mendukung hasil penelitian ini yang mencatat bahwa aspek-aspek kesopanan dan keramahan tamahan dari petugas menjadi faktor positif dalam menciptakan jaminan pelayanan yang baik.

Dalam perspektif manajemen layanan, perhatian terhadap aspek jaminan adalah suatu investasi yang bernilai. Dalam studi oleh Lestari (2015), kesopanan dan perhatian petugas dianggap sebagai kriteria persepsi pelayanan yang penting. Peningkatan dalam hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memberikan pengalaman yang positif.

Namun demikian, perbaikan terus-menerus dalam hal pelatihan karyawan dan peningkatan kualitas layanan tetap diperlukan. Dalam era bisnis yang kompetitif, aspek jaminan harus dikelola dengan cermat untuk memastikan bahwa kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan tidak hanya dipertahankan, tetapi juga ditingkatkan seiring waktu.

Secara keseluruhan, temuan ini memberikan pandangan positif tentang

bagaimana dimensi jaminan dalam layanan pengiriman X Cabang Gresik telah dielaborasi dan diimplementasikan dalam interaksi dengan pelanggan. Pemahaman dan penerapan konsep jaminan ini secara konsisten dapat membantu membangun reputasi positif perusahaan dan meningkatkan kesetiaan pelanggan.

### ***Perhatian (empathy)***

Dimensi empat, yaitu perhatian atau empati, memegang peranan penting dalam mengevaluasi kualitas layanan pengiriman X Cabang Gresik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ruang untuk perbaikan dalam aspek ini, dengan temuan bahwa tingkat empati dari petugas layanan belum sepenuhnya memuaskan pelanggan.

Pelanggan menyatakan bahwa komunikasi antara petugas dan pelanggan belum optimal, dengan kurangnya perhatian khusus yang diberikan kepada kebutuhan individu. Temuan ini mencerminkan kekurangan dalam dimensi empati, di mana kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan pelanggan menjadi kunci.

Studi sebelumnya oleh Wijayanti, Hudzaifah, dan Lisa (2023) menyoroti pentingnya dimensi empati dalam konteks layanan. Penelitian ini menyatakan bahwa empati memainkan peran kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. Pelanggan cenderung lebih puas dan setia terhadap layanan yang menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan mereka.

Perbaikan disarankan melalui pelatihan karyawan dalam keterampilan komunikasi dan pengembangan empati. Dengan memastikan petugas layanan dapat mengenali serta merespons kebutuhan pelanggan secara individual, pengalaman pelanggan dapat ditingkatkan. Pelibatan ini menciptakan lingkungan yang lebih positif dan memastikan pelayanan yang lebih baik.

Studi terdahulu oleh Winarno (2008) menunjukkan bahwa pelatihan karyawan

dalam mengenali dan menanggapi perasaan pelanggan dapat meningkatkan dimensi empati. Selain itu, penerapan sistem umpan balik pelanggan dapat membantu dalam memahami secara lebih baik kebutuhan dan harapan pelanggan terkait dengan dimensi empati.

Peningkatan empati dalam pelayanan Jasa Pengiriman X Cabang Gresik dapat memperbaiki persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Tindakan ini menciptakan ikatan emosional yang kuat antara pelanggan dan perusahaan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat citra merek di pasar. Investasi strategis dalam perbaikan empati menjadi langkah penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dampak positifnya tidak hanya terlihat dalam peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi juga berpotensi meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Jasa Pengiriman X Cabang Gresik.

### **Kesimpulan**

Dalam rangka mengoptimalkan pelayanan pelanggan pada jasa pengiriman X Cabang Gresik, penelitian ini mengevaluasi lima dimensi kualitas layanan, yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Meskipun terdapat aspek-aspek yang dinilai positif oleh pelanggan, seperti kehandalan dan jaminan, temuan penelitian juga menyoroti area perbaikan, terutama dalam dimensi empati dan bukti fisik. Komunikasi yang lebih baik dan perhatian khusus terhadap kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan dimensi empati, sementara perbaikan fasilitas fisik dapat meningkatkan kesan positif terhadap layanan. Studi ini memberikan kontribusi dalam memahami persepsi pelanggan terhadap pelayanan dalam konteks bisnis modern, dengan fokus pada aspek kualitas layanan yang dapat dioptimalkan. Rekomendasi perbaikan yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu jasa pengiriman X Cabang Gresik dalam meningkatkan kualitas layanannya,

memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat.

### Daftar Pustaka

- Akbarjono, A. (2017). Konsep Mutu Dalam Perspektif Konsumen Pendidikan. *At-Ta'lim: Media Informasi Pendidikan Islam*, 13(1), 1-18.
- Akhyar, A. (2023). Kualitas Pelayanan Publik: Suatu Tinjauan Mengenai Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Penkomi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(2), 103-113.
- Aprinaldi, A., Nyorong, M., & Diana, V. E. (2022). Analisis Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas Iii Terhadap Mutu Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Simeulue Kabupaten Simeulue. *Journal Of Healthcare Technology and Medicine*, 8(2), 1303-1311.
- Arkandito, G. F., Maryani, E., Rahmawan, D., & Wirakusumah, T. K. (2016). Komunikasi Verbal Pada Anggota Keluarga yang Memiliki Anak Indigo. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 42-56.
- Chadiq, U. (2015). Customer Relationship Management (CRM): Pilihan Strategi Untuk Meraih Keunggulan Bersaing. *Dharma Ekonomi*, 18(33), 1-14.
- Fandy, T., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). Pemasaran Strategik. *Yogyakarta: Andi*.
- Hanafi, I., Trisolvena, M. N., & Sumiati, S. (2023). Analisis Dampak Kualitas Layanan Pada Fakultas Ekonomi Universitas di Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Jawa Tengah. *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 1128-1138.
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3) 750-760.
- Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 1-15.
- Karneli, O. (2014). Kontribusi Ilmu Administrasi Dalam Menghadapi Masalah Krusial Aktivitas Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 64-84.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880.
- Lestari, A. (2015). Kajian Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Palopo. *Al-Khwarizmi: Jurnal Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam*, 3(1), 123-142.
- Mulyawan, A., & Juhana, D. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(1), 1-15.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 42-55.
- Pratama, R., & Wibowo, S. W. (2023). Reevaluasi Asumsi Klasik Dalam Meningkatkan Pengalaman Pelanggan: Sebuah Analisis Mendalam Pada Teori Pelayanan Pelanggan. *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(12), 111-121.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, E. (2019). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perpustakaan Terhadap Generasi Digital Native. *Libraria Jurnal Perpustakaan*, 7(1), 57-76.
- Tamri, T., Erwandi, R., Iskandar, D., & Slamet, J. (2023). Peran Emosi Terhadap Rasionalitas dan Pembelian

- Impulsif Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Silampari. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1767-1775.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Development*, 5(1), 55-69.
- Wijayanti, F. A., Hudzaifah, H. M., & Lisa, U. F. (2023). Evaluasi Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Bimbingan Akademik di Program Studi Sarjana Kebidanan. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2), 199-211.
- Winarno, J. (2008). Emotional Intelegence Sebagai Salah Satu Faktor Penunjang Prestasi Kerja. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(1), 12-19.
- Zakhiroh, R. (2017). Pengaruh Kinerja Tenaga Administrasi Sekolah Terhadap Kualitas Layanan Administrasi Non Akademik. *DIDAKTIKA: Jurnal Pemikiran Pendidikan*, 19(2), 59-70.