

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BRANKAS PADA CV. XYZ

Elvira Maharani Joyosumo¹; Moh. Agung Surianto²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Gresik^{1,2}

Email : viramjs10@gmail.com¹; cakagung@umg.ac.id²

ABSTRAK

Kepuasan konsumen diukur melalui beberapa aspek utama, seperti kualitas produk, harga, kualitas layanan, emosional, dan biaya. Dari hasil wawancara mendalam dengan beberapa konsumen, ditemukan bahwa mayoritas konsumen puas dengan produk yang disediakan. Para konsumen memberikan apresiasi terhadap ketangguhan brankas yang dilengkapi dengan fitur keamanan ganda, seperti kunci kombinasi, kunci sentral, dan kunci anak kombinasi, serta kualitas material yang kokoh dengan standar SNI. Dari segi tampilan, brankas dinilai memiliki desain yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan estetika konsumen. Selain itu, para konsumen juga puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV. XYZ, terutama dalam hal respon cepat terkait permasalahan produk. Keandalan produk dalam menjaga keamanan barang berharga dari pencurian dan kerusakan menjadi salah satu faktor yang paling diapresiasi oleh konsumen. Meskipun harganya digolongkan lebih mahal dari kompetitor tetapi sepadan dengan kualitas produknya, serta adanya pemberian garansi. Dalam penelitian ini, metode kualitatif digunakan melalui wawancara mendalam dengan informan. Teknik analisis yang digunakan termasuk pengumpulan data, pengurangan data, penyampaian data, dan pengambilan keputusan atau verifikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan dengan produk brankas CV. XYZ. Hasilnya menunjukkan bahwa CV. XYZ berhasil memenuhi ekspektasi pelanggannya dengan produknya yang berkualitas tinggi dan layanan yang memuaskan. Oleh karena itu, tingkat kepuasan pelanggan dengan produk brankas CV. XYZ cenderung meningkat setiap tahunnya.

Kata kunci : Kepuasan; Konsumen; Meningkatkan

ABSTRACT

Consumer satisfaction is measured through several main aspects, such as product quality, price, service quality, emotions and costs. From the results of in-depth interviews with several consumers, it was found that the majority of consumers were satisfied with the products provided. Consumers appreciate the toughness of the safe which is equipped with multiple security features, such as combination lock, central lock and combination child lock, as well as the sturdy material quality that meets SNI standards. In terms of appearance, the safe is considered to have an attractive design and suits consumers aesthetic needs. Apart from that, consumers are also satisfied with the services provided by CV. XYZ, especially in terms of fast response regarding product problems. Product reliability in keeping valuables safe from theft and damage is one of the factors most appreciated by consumers. Despite being categorized as more costly than rivals, the price is reasonable given the product's quality and the guarantee offered. In-depth interviews with informants were conducted as part of this study's qualitative methodology. The analysis techniques used include data collection, data

reduction, data delivery, and decision making or verification. The aim of this research is to evaluate the level of customer satisfaction with CV. XYZ safe products. The results show that CV. XYZ has succeeded in meeting its customers' expectations with its high-quality products and satisfying services. Therefore, the level of customer satisfaction with CV. XYZ safe products tends to increase every year.

Keyword : Satisfaction; Consumer; Increasing

PENDAHULUAN

Kepuasan adalah respon emosional yang diungkapkan konsumen setelah melakukan proses pembelian atau mendapatkan layanan yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja nyata dengan harapan dan evaluasi pengalaman mengonsumsi suatu produk atau jasa. (Hermanto, 2019) . Kepuasan konsumen merupakan tanggapan terhadap kebutuhan konsumen mengenai apakah produk tersebut sesuai atau tidak dengan yang diharapkan. Ketika konsumen puas dengan kinerja produk atau jasa, Ketika pelanggan puas dengan kinerja produk atau jasa, mereka lebih cenderung menjadi setia untuk waktu yang lama. Konsep kepuasan pelanggan telah menjadi konsep utama dalam bisnis dan manajemen. Konsep kepuasan konsumen telah menjadi konsep utama dalam bisnis dan manajemen. (Handayani, Isnaini, & Afrianty, 2023)

Kepuasan konsumen dalam konteks ini tidak sekedar mengacu pada penetapan harga yang kompetitif. Selain itu, pemasar dituntut harus beradaptasi dengan dinamika pasar dan kebutuhan konsumen lokal. Misalnya, memahami keragaman budaya Indonesia sangatlah penting karena preferensi konsumen dapat berbeda-beda di setiap wilayah.

Setiap pengusaha perlu menonjolkan diri dalam persaingan agar perusahaannya semakin berkembang. Minat beli merupakan salah satu komponen perilaku konsumen pada saat mengonsumsi suatu barang/jasa. Minat beli ini menimbulkan motivasi dan keinginan yang kuat, yang pada akhirnya mengarahkan pembeli untuk mengevaluasi kepuasannya setelah menggunakan produk/jasa yang baru dibeli.

Dalam era modern ini, keamanan aset berharga semakin menjadi prioritas bagi individu maupun perusahaan. Produk brankas, sebagai alat penyimpanan yang menawarkan perlindungan terhadap pencurian, kebakaran, dan bencana lainnya, telah berkembang pesat dan semakin diminati oleh konsumen dari berbagai kalangan. Namun, dengan semakin banyaknya merek dan jenis brankas di pasaran, faktor kepuasan

konsumen menjadi hal yang penting bagi produsen untuk bersaing. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur utama bagi kesuksesan suatu produk, termasuk dalam produk brankas, karena tingkat kepuasan ini tidak hanya mempengaruhi loyalitas konsumen, tetapi juga berperan dalam penyebaran rekomendasi dari mulut ke mulut dan pembelian ulang.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengkaji alasan mengapa kepuasan konsumen perusahaan CV. XYZ selalu meningkat dari tahun-tahun sebelumnya, padahal diketahui perusahaan yang menjual barang sejenis tidaklah sedikit. Namun seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen produk brankas tidak jauh dari usaha para karyawan yang selalu memperbaiki hasil kerjanya agar lebih disukai oleh konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh konsumen tentang layanan perusahaan yang sesuai dengan harapan mereka adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung lebih setia, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga, dan hasilnya menguntungkan perusahaan. (Kaddas, et al., 2022). Kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dan yang diharapkan (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:109).

Faktor - Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Tri Ratnasari sebagaimana dikutip dalam (*Kasinem, 2020*) terdapat beberapa komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

a. Kualitas Produk

Jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi, pelanggan akan merasa puas.

b. Harga

Pelanggan akan mendapatkan nilai yang lebih besar dari produk atau jasa yang sebanding dengan harga yang lebih murah.

c. Kualitas Pelayanan

Kepuasan pelanggan sangat penting apabila jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

d. Emosional (Kepercayaan)

Apabila mereka menggunakan produk merek tertentu, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum kepadanya, sehingga memberikan rasa kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang didapatkan bukan didasarkan pada produknya, tetapi pada nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tersebut.

e. Biaya

Pelanggan biasanya puas dengan barang dan jasa yang diberikan; mereka tidak perlu membuang waktu atau mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.

Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Citra merek

Bagi konsumen, citra merek sangat penting karena membuat produk berbeda dari produk pesaing sehingga mereka dapat membedakan mana yang lebih baik. Pelanggan yang memiliki citra merek yang baik cenderung lebih cenderung untuk melakukan pembelian.

2. Kualitas produk

Produk berkualitas tinggi pasti akan menarik konsumen karena mereka menginginkan produk yang berkualitas.

3. Promosi

Promosi adalah seni merayu pelanggan dan calon pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi juga sering disebut sebagai komunikasi yang memberi penjelasan untuk meyakinkan pelanggan tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. (Herawati & Sulistyowati, 2020)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini menghasilkan data deskriptif langsung dari perilaku dan kata-kata tertulis dan lisan masyarakat yang diteliti. Proses lebih penting daripada hasil karena sumber data bersifat alami. Penelitian kualitatif biasanya menggunakan analisis induktif, dan implikasinya

sangat penting. Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk brankas CV. XYZ.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di CV. XYZ yang bertempat di Kecamatan Benjeng. Perusahaan ini juga menjual berbagai jenis alat-alat kantor, seperti brankas, lemari filling kabinet, kursi dan meja kantor, serta APAR (Alat Pemadam Api Ringan).

Peneliti memilih lokasi di CV. XYZ karena seiring dengan banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis tetapi perusahaan ini masih dapat bersaing di tengah maraknya perusahaan brankas. Peneliti memilih lokasi tersebut bertujuan untuk mengkaji bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk brankas pada CV. XYZ.

Unit Analisis

Perusahaan merupakan unit analisis dari penelitian ini. Perusahaan yang diteliti adalah CV. XYZ yang menjual berbagai jenis alat-alat kantor, seperti brankas, lemari filling kabinet, kursi dan meja kantor, serta APAR (Alat Pemadam Api Ringan). Adapun informan dari penelitian ini adalah pemilik dari perusahaan dan beberapa konsumen perusahaan, dengan tujuan untuk mengkaji bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk brankas pada CV. XYZ. Informan dari penelitian ini adalah:

1. Ibu Andini selaku pemilik perusahaan CV. XYZ.
2. Bapak Prayoga selaku konsumen yang pernah membeli produk di perusahaan CV. XYZ.
3. Bapak Dwi selaku konsumen yang pernah membeli produk di perusahaan CV. XYZ.

Jenis Data

Data dalam penelitian ini berjenis data subjek. Disebut data subjek dikarenakan data dari penelitian ini meliputi opini, sikap, pengalaman, dan karakteristik dari subjek penelitian atau informan.

Sumber Data

Data primer dan sekunder adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data primer penelitian ini adalah wawancara dan observasi, dimana wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan dan beberapa konsumen perusahaan CV. XYZ. Dan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa foto-foto dokumentasi yang digunakan sebagai pendukung.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan peneliti untuk mengoptimalkan data mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap produk brankas pada CV. XYZ.

Sedangkan wawancara dilakukan dengan mewawancarai pemilik perusahaan CV. XYZ serta wawancara langsung dengan beberapa konsumen dari perusahaan tersebut. Wawancara ini dilaksanakan agar memperoleh data dan informasi terkait kepuasan konsumen produk brankas pada CV. XYZ.

Teknik Analisis

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis purposive digunakan untuk menentukan informan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, proses pengumpulan data juga melibatkan analisis data.

Menurut Miles dan Humberman (1984) yaitu:

- a. Pengumpulan data
- b. Reduksi data
- c. Penyajian data
- d. Pengambilan keputusan atau verifikasi

Uji Keabsahan Data

Terdapat banyak cara untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif, seperti memperpanjang penelitian, meningkatkan ketekunan penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, *transferability*, dan *membercheck*. Dalam penelitian ini, *membercheck* dan *transferability* digunakan untuk menguji keabsahan data.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap beberapa informan, maka didapatkan jawaban terkait kepuasan konsumen produk brankas. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa produk brankas CV. XYZ dinilai sangat andal oleh konsumen dalam menjaga keamanan barang berharga. Hal ini disebabkan oleh fitur unggulan seperti sistem penguncian yang canggih (kunci kombinasi, sentral, dan anak kombinasi), material berkualitas yang kokoh, sertifikasi tahan air dan tahan api, serta bobot brankas yang mencapai 300 kg, membuatnya sulit dipindahkan atau dirusak.

Konsumen juga mengapresiasi desain yang modern dan estetik, finishing yang rapi, dan kenyamanan penggunaannya, termasuk aksesibilitas yang mudah. Harga produk dianggap sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, meskipun ada konsumen yang merasa harga sedikit lebih mahal dibandingkan pesaing. Namun, potongan harga dan keunggulan produk menjadikannya pilihan yang bernilai. Selain itu, CV. XYZ memberikan garansi hingga lima tahun, yang mencakup perbaikan tanpa biaya tambahan.

Dari sisi pelayanan, konsumen menilai kecepatan dan respons karyawan CV. XYZ cukup baik, dengan kemampuan menangani masalah dan memberikan tanggapan secara sigap. Karyawan juga dinilai memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mulai dari mendengarkan spesifikasi yang diminta hingga memberikan rekomendasi yang tepat. Kustomisasi pada brankas dapat dilakukan, tetapi ada biaya tambahan untuk perubahan tertentu seperti ukuran. Secara keseluruhan, konsumen merasa puas dan nyaman menggunakan produk brankas CV. XYZ, yang juga banyak digunakan oleh institusi pemerintahan, sehingga menambah kepercayaan terhadap kualitas dan keamanannya.

Diskusi

Kualitas Produk

Berdasarkan hasil wawancara, produk brankas dari CV. XYZ dinilai sangat andal dalam menjaga keamanan barang berharga, terbukti dari fitur keamanan yang dimilikinya. Menurut Bapak Prayoga, brankas ini sudah dilengkapi dengan dua kunci keamanan, yaitu kunci kombinasi dan kunci sentral, sedangkan Bapak Dwi menyebutkan adanya tambahan kunci anak kombinasi, sehingga total terdapat tiga kunci yang memberikan perlindungan maksimal. Selain itu, jaminan keamanan dan ketangguhan produk juga diperkuat oleh kualitas material dan teknologi yang digunakan. Bapak Prayoga menilai bahwa berat brankas mencapai 300 kg menjadi salah satu indikator ketangguhan, sedangkan Bapak Dwi menyoroti standar SNI yang memastikan produk tersebut memenuhi kriteria kualitas yang baik.

Dari segi tampilan fisik, produk brankas CV. XYZ juga mendapat penilaian positif. Bapak Prayoga mengapresiasi warna cat yang cerah dan sesuai dengan permintaannya, sedangkan Bapak Dwi menilai desainnya bagus, rapi, dan pemilihan warnanya pas. Kedua konsumen merasa bahwa desain, kualitas bahan, dan kenyamanan

penggunaannya telah memenuhi ekspektasi, menjadikan brankas ini tidak hanya aman dan tangguh tetapi juga estetik dan fungsional. Hal ini menunjukkan bahwa CV. XYZ berhasil memberikan kombinasi optimal antara keamanan, kualitas, dan estetika dalam produk brankasnya.

Harga

Berdasarkan hasil wawancara, penilaian terhadap harga produk brankas CV. XYZ menunjukkan variasi pendapat di antara konsumen. Menurut Bapak Prayoga, harga yang ditawarkan CV. XYZ dinilai sangat terjangkau dibandingkan dengan perusahaan lain. Selain itu, adanya potongan harga tambahan yang diberikan oleh CV. XYZ membuat produk mereka menjadi pilihan yang lebih ekonomis bagi konsumen. Pendapat ini mencerminkan bahwa strategi diskon yang diterapkan CV. XYZ berhasil menarik perhatian pelanggan yang sensitif terhadap harga.

Sementara itu, Bapak Dwi menilai bahwa harga produk CV. XYZ relatif lebih mahal dibandingkan kompetitor lain. Namun, ia menganggap bahwa harga yang lebih tinggi tersebut sepadan dengan kualitas produk yang diterima. Kualitas tersebut mencakup penggunaan bahan plat yang tebal serta adanya tiga jenis kunci keamanan, yaitu kunci kombinasi, sentral, dan anak kombinasi. Penilaian ini menunjukkan bahwa meskipun harga lebih tinggi, konsumen tetap merasa puas jika kualitas produk yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi.

Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil wawancara, kecepatan dan kemudahan respons karyawan CV. XYZ dinilai sangat baik oleh para pelanggan. Bapak Prayoga menyatakan bahwa perusahaan selalu memberikan respons cepat setiap kali ada masalah dengan brankas, sementara Bapak Dwi juga menyebutkan bahwa karyawan CV. XYZ cukup responsif dalam menangani kendala, sehingga pelanggan merasa terbantu dengan layanan yang menunjukkan komitmen perusahaan untuk memberikan layanan purna jual yang luar biasa.

Selain itu, para karyawan CV. XYZ juga dinilai sangat baik dalam memahami kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan terkait keamanan barang berharga. Menurut Bapak Prayoga, karyawan mampu memahami pesanan dengan baik, sedangkan Bapak Dwi menambahkan bahwa karyawan dapat menerima pesanan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pelanggan. Pemahaman ini menunjukkan profesionalisme karyawan

dalam memberikan layanan yang personal dan sesuai untuk pelanggan CV. XYZ, yang mendukung kepuasan pelanggan.

Emosional (Kepercayaan)

Berdasarkan hasil wawancara, perasaan konsumen terhadap penggunaan produk brankas dari CV. XYZ menunjukkan kepuasan yang tinggi. Bapak Prayoga merasa senang dan nyaman menggunakan produk tersebut karena brankas CV. XYZ telah banyak digunakan oleh instansi pemerintah, seperti BNN, Polres, dan kantor-kantor desa. Penggunaan luas oleh lembaga-lembaga resmi ini memberikan rasa kepercayaan yang besar terhadap keamanan barang berharga yang disimpan dalam brankas tersebut. Sementara itu, Bapak Dwi mengungkapkan rasa puasnya terhadap produk brankas CV. XYZ. Ia menghargai kualitas barang yang dianggap sangat baik, desain yang menarik dari segi estetika, serta jaminan keamanan yang diberikan oleh brankas tersebut. Penilaian ini menegaskan bahwa produk CV. XYZ tidak hanya sebagai kebutuhan fungsional, tetapi memberi nilai tambah dalam hal estetika dan kepercayaan pelanggan.

Biaya

Berdasarkan hasil wawancara, pendapat konsumen terkait biaya tambahan untuk kustomisasi dan perbaikan brankas dari CV. XYZ berbeda-beda. Menurut Bapak Prayoga, tidak ada biaya tambahan yang dikenakan untuk kustomisasi brankas, dan jika terjadi kerusakan, ia tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan karena produk tersebut telah dilengkapi dengan garansi selama 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa CV. XYZ memberikan layanan yang inklusif dan memprioritaskan kepuasan pelanggan dalam hal perlindungan produk.

Di sisi lain, Bapak Dwi menyampaikan bahwa biaya tambahan akan dikenakan jika konsumen meminta kustomisasi yang berkaitan dengan ukuran brankas. Namun, ia tidak dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang biaya perbaikan karena produk brankas CV. XYZ belum pernah mengalami kerusakan selama digunakan. Pendapat ini mengindikasikan bahwa produk CV. XYZ memiliki kualitas yang baik sehingga minim risiko kerusakan, meskipun ada kemungkinan biaya tambahan untuk layanan tertentu seperti kustomisasi ukuran.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis kepuasan konsumen produk brankas yang diproduksi oleh CV. XYZ. Berdasarkan hasil wawancara, produk brankas CV. XYZ

dinilai unggul dalam hal kualitas, keamanan, dan estetika, dengan fitur seperti kunci keamanan berlapis, material tangguh, dan desain menarik yang memenuhi standar SNI. Harga produk dianggap terjangkau oleh sebagian pelanggan karena adanya potongan harga, meskipun ada yang menilai lebih mahal tetapi sepadan dengan kualitasnya. Kualitas layanan juga diapresiasi karena karyawan dinilai responsif, memahami kebutuhan pelanggan, dan memberikan layanan personal. Dari segi emosional, produk ini memberikan rasa percaya dan puas karena digunakan oleh instansi pemerintah dan memiliki jaminan keamanan yang kuat. Sementara itu, terkait biaya, perusahaan memberikan garansi hingga 5 tahun tanpa biaya tambahan untuk perbaikan, namun kustomisasi tertentu dapat dikenakan biaya tambahan, menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Kesimpulannya, CV. XYZ berhasil memenuhi harapan konsumen dalam hal keamanan, desain, dan pelayanan, yang berdampak pada tingkat kepuasan yang tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Terutama dari pihak keluarga, terkhusus Ibu Sumiati dan Bapak Purwadi Joyosumo yang telah memberikan *support* kepada penulis. Juga kepada saudara penulis, serta sahabat dan teman dekat penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selalu mendukung apapun yang penulis kerjakan.

Selain itu, terima kasih diucapkan kepada dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam menulis laporan akhir dan menyelesaikannya hingga selesai. Juga kepada pihak dari CV. XYZ dan konsumen dari CV. XYZ karena telah bersedia meluangkan waktu untuk menyediakan informasi yang diperlukan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, S. N. (2021). Penerapan Metode Mengubah Teks Wawancara Menjadi Karangan Narasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Inggris Siswa Kelas VII A MTs Negeri 2 Purbalingga Semester Gasal Tahun Pelajaran 2019/2020. *Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa dan Sastra*.
- Handayani, S., Isnaini, D., & Afrianty, N. (2023). Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan sistem informasi Dokumen Terpusat pada STMK Tideore Mandiri. *Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer*, 23-29.
- Hasan, S. (2020). *Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan*. Banten: Media Madani.

-
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pada Pelanggan Smartphone Samsung. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 214-226.
- Hermanto. (2019). *Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kaddas, F., Djumadil, N., & Ikana, S. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Gula Kelapa di Desa Sidomulyo Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 578-585.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonometrika*, 329-3339.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan*, 32-42.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Ko.We.Cok di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 1-14.
- Maranatha, C. P., & Yudha, E. P. (2024). Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Serbuk Kedelai Manusia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 682-692.
- N, M. N., Weny, W., & Anggraini, D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Toko Tas Raja Medan. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 478-482.
- Neriwati, Lena, M. S., Nendra, F., Rahim, Z., & Tricia, A. (2023). *Praktik Observasi Sekolah*. Bojonegoro: Mazda Media.
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal Of Accounting and Management Innovation*, 49-66.
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. UIN Khas Press: Jember.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. Surabaya: PT. Muara Karya.
- Rizqiyah, N. L., & Suriyanto, M. A. (2021). The Influence Of Service Quality, Customer Satisfaction And Company Image On Customer Loyalty At PT. X. *Innovation Research Journal*, 34-43.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitiaian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1117-1127.
- Susanti, L., & Zein, A. (2024). *Manajemen Kepuasan Pelanggan*. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara.
- Wahyudin, Suryanty, M., & Badrudin, R. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Pasar Modern di Kota Bengkulu. *Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 153-164.
- Yolanda, V., Suyono, & Wijayanti, I. K. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Salak UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Agribisnis Forum*, 131-144.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.