



PERANCANGAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP) DI TOKO RIZQUNA

Arini Sitta Tsaningsih¹, Ida Betanursanti^{2*}

Program Studi Teknik Industri Program Sarjana
Fakultas Sains dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Gombong
Jalan Yos Sudarso No. 461 Gombong, Kebumen, 54411, Indonesia

*Corresponding author : idabetanursanti@unimugo.ac.id

ABSTRAK

Toko Rizquna di Panjer merupakan usaha *retail* yang menjual kebutuhan pokok dan kebutuhan rumah tangga. Kualitas layanan menjadi faktor penting bagi Toko Rizquna untuk meningkatkan pasar dan membangun citra perusahaan. Berdasarkan informasi dari kepala toko terjadi penurunan pengunjung yang signifikan pada 4 bulan terakhir tahun 2021 menjadi 10.000 pengunjung, faktor penyebabnya adalah kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Service Quality* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kualitas layanan dan meningkatkan strategi desain pada Toko Rizquna. Hasil analisis deskriptif mengidentifikasi permasalahan pada sepuluh variabel, antara lain produk mudah ditemukan 3.08, area parkir luas 3.36, karyawan teliti dalam melayani pelanggan 3.00, karyawan cepat dan tepat melayani pelanggan 3.36, harga produk terjangkau 3.18, karyawan tanggap memberi penjelasan pada pelanggan 3.08, karyawan murah senyum 3.17, tempat parkir aman 3.16, karyawan penuh perhatian 3.37 dan karyawan ramah kepada pelanggan 3.36. Hasil analisis menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) proses perbaikan sesuai dengan ranking dimulai dari nilai yang tertinggi yaitu memperbaiki label jenis barang dan harga dengan bobot 0.374 dan yang terakhir yaitu meningkatkan menambah tukang parkir dengan bobot 0.063.

Kata kunci : Pelayanan, *Servqual*, AHP

ABSTRACT

Rizquna shop in Panjer is a retailer that sells basic needs and household needs. The service quality is an important factor for Rizquna Store to improve the market and to build the company's image. Based on the head of the shop's information there was a significant decrease of visitors in the last 4 months 2021 to 10.000 visitors, the contributing factor is the quality of service needs to be improved. The method used in this research is service quality and analytical hierarchy process (AHP). The research aims are to identify service quality and design to improve design strategies at Rizquna Stores. The results of the descriptive analysis identified problems in ten variables, including easy to find products 3.08, spacious parking area 3.36, meticulous employees in serving customers 3.00, employ quickly and accurately serving customer 3.36, affordable product prices

3.18, responsive employees giving explanations to customers 3.08, cheap employees smile 3.17, secure parking 3.16, attentive employee 3.37 and friendly employee to customer 3.36. The results of the analysis using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method of improvement process according to the ranking starting from the high value are carrying out SOP employees carefully in serving customers with a score of 0.48 and finally increasing employee friendliness according to SOP with a score of 0.06.

Keywords: Service, Servqual, AHP

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting bagi Toko Rizquna dalam bidang pemasaran serta membangun citra perusahaan. Hal ini karena apabila pelayanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan dapat menciptakan rasa puas hingga pelanggan menjadi loyal pada perusahaan. Pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan memasarkan perusahaan melalui interaksi dari mulut ke mulut, maka citra perusahaan akan diketahui secara luas [1]. Toko Rizquna adalah usaha *retail* yang menjual kebutuhan pokok dan kebutuhan rumah tangga. Pada empat bulan terakhir Maret, April, Mei dan Juni tahun 2021 Toko Rizquna mengalami penurunan jumlah pengunjung menjadi 10.000 pengunjung. Kepala Toko mengatakan bahwa faktor penyebabnya adalah kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan, maka diperlukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Toko Rizquna [2].

Metode yang bisa digunakan untuk merancang strategi peningkatan kualitas pelayanan yaitu metode *service quality* dengan 5 dimensi yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) [3]. Kekurangan pada metode *service quality* yaitu tidak bisa menentukan prioritas perbaikan pada dimensi kualitas pelayanan secara langsung, oleh karena itu diperlukan metode sistem pendukung sebagai alat penghitung bobot dan prioritas [4]. Metode yang tepat untuk dijadikan sebagai sistem pendukung yaitu *Analytical Hierarchy Process* (AHP) karena bisa menentukan prioritas perbaikan berdasarkan ranking atau bobot dimulai dari nilai yang paling tinggi hingga terendah [5]. Beberapa penelitian yang menggunakan metode *service quality* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yaitu Analisa Kepuasan Pasien Berdasarkan Kualitas Pelayanan Poli Rawat Jalan di RSUD Syarifah Ambami Rato Ebu Bangkalan [4], perancangan strategi kualitas pelayanan di Toko Buku Gramedia Imporium Pluit Mall [6]. Selain itu aplikasi metode dilakukan pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Makasar [7]. Berdasarkan kondisi tersebut maka tujuan dilakukan penelitian yaitu untuk mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan dan merancang strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Toko Rizquna menggunakan metode *service quality* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Toko Rizquna dengan empat tahap utama yaitu: mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan pada masing-masing dimensi *service quality*, menentukan sub kriteria melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD), menentukan prioritas perbaikan kualitas pelayanan melalui strategi analisis *Analysis Hierarchy Process* (AHP) dan memberi rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan pada Toko Rizquna.

3.1 Identifikasi Permasalahan Dimensi Service Quality

Penyebaran kuesioner digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan pada masing-masing variabel kriteria dimensi *service quality*. Jumlah responden ditentukan dengan teknik *Cluster Sampling*. Rata-rata jumlah pengunjung

Toko Rizquna adalah 15.000 (lima belas ribu) pengunjung. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N\alpha^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

a = taraf signifikansi (0.05)

Perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{15000}{1+15000(0,05)^2} = 389.6104 \text{ dibulatkan menjadi } 390.$$

Jadi, berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin jumlah sampel pada penelitian ini adalah 390 responden. Selanjutnya dilakukan observasi untuk mengidentifikasi kebutuhan data pada Toko Rizquna, data yang diperlukan adalah kualitas pelayanan dan data pengunjung. Kemudian peneliti Menggunakan skala *likert* variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel, selanjutnya indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang diperoleh berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala yang dipakai pada penelitian ini yaitu 1) Sangat Tidak Puas, 2) Tidak Puas, 3) Kurang Puas, 4) Puas 5) Sangat Puas [8].

Data kuesioner yang akan dibagikan kepada responden harus melalui uji validitas terlebih dahulu, tujuannya adalah untuk mengukur sah atau tidaknya pertanyaan dalam kuesioner yang sudah disusun untuk proses penelitian [9]. Uji validitas yang akan digunakan mengacu pada korelasi Spearman, berikut persamaan (2) di bawah ini [10]:

$$R_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2-1)} \quad (2)$$

Keterangan :

n = banyak pasangan data

d_i = selisih peringkat pasangan data ke i

R_s = korelasi spearman

Jika banyak angka yang sama, maka korelasi spearman bisa dihitung menggunakan persamaan (3) berikut adalah rumus yang digunakan [11]:

$$R_s = \frac{1\left(\frac{N^3-N}{11}\right) - \sum T_1 - \sum T_2 - \sum T_3}{1\sqrt{\left(\frac{N^3-N}{11} - \sum T_1\right)\left(\frac{N^3-N}{11} - \sum T_2\right)}} \quad (3)$$

$$\text{Dimana } T = \frac{t^3-t}{11} \quad (4)$$

t = banyaknya observasi yang berangka sama pada suatu ranking tertentu

Kriteria pengujian validitas instrumen indikator penelitian adalah:

- Jika r hitung lebih besar dari r tabel (pada taraf signifikansi 0.05 atau (5%), maka kuesioner tersebut valid.
- Jika r hitung lebih kecil dari r tabel (pada taraf signifikansi 0.05 atau (5%), maka kuesioner tersebut tidak valid [12].

Setelah data dinyatakan valid langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas kuesioner, untuk mengetahui suatu alat ukur reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right] \quad (5)$$

Dengan keterangan

r₁₁ = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah variasi butir

σ_1^2 = Varian total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach alpha* (α) > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *cronbach alpha* (α) < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel [13].

Tabel 1. Pedoman Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi [14]

Nilai	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat kuat

Setelah hasil penyebaran kuesioner reliabel dilakukan perhitungan uji deskriptif yaitu suatu metode analisis yang dilakukan dengan cara memperoleh, menyusun, mengelompokan, menganalisis, kemudian menginterpretasikan secara objektif sehingga diperoleh gambaran masalah yang dihadapi melalui penjelasan perhitungan. Analisis statistik deskriptif juga dapat memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (\bar{X}), modus, maksimum dan minimum. Dapat dilihat dari klasifikasi masing-masing variabel distribusi frekuensi [15].

Berikut ini merupakan rumus untuk interpretasi hasil analisis dengan menentukan terlebih dahulu interval antar kriteria dengan rumus sebagai berikut :

$$Interval = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah alternatif}} \quad (6)$$

Dengan skor tertinggi 5 (lima) dan skor terendah 1 (satu) maka dapat diketahui bahwa interval pada penelitian ini adalah:

$$Interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

Hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa interval dalam menginterpretasikan data adalah 0.8 [16]. Sehingga dapat dibuat batasan kriteria interpretasi seperti berikut ini:

Tabel 2. Batasan Kriteria Interpretasi [15]

Interval Rata-rata	Interpretasi
1.00 – 1.79	Sangat Tidak Setuju
1.80 – 2.59	Tidak Setuju
2.60 – 3.39	Kurang Setuju
3.40 – 4.19	Setuju
4.10 – 5.00	Sangat Setuju

3.2 Focus Group Discussion (FGD)

Kelompok diskusi terarah dilakukan untuk menentukan sub kriteria yang digunakan dalam perhitungan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Terdapat 4 (empat) peserta diantaranya yaitu Kepala Toko dan Karyawan Toko Rizquna [17].

3.3 Analisis Analytical Hierarchy Process (AHP)

Perancangan strategi peningkatan kualitas pelayanan dianalisis melalui hasil dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan penentuan urutan prioritas perbaikan pada sub kriteria berdasarkan ranking atau bobot dimulai dari yang tertinggi

hingga terendah [5]. Pada metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terdapat dua orang ahli yaitu Kepala Toko dan Asisten Kepala Toko Rizquna.

3.4 Rekomendasi Perbaikan Kualitas Pelayanan

Hasil rekomendasi strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Toko Rizquna yaitu melalui akumulasi semua elemen pada sub kriteria berdasarkan ranking dimulai dari nilai tertinggi hingga terendah [5].

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Identifikasi Service Quality

Dimensi *service quality* terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Pada masing-masing kriteria *service quality* terdapat variabel yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Pada kriteria *tangible* perlu adanya perbaikan pada variabel produk mudah dicari dan tempat parkir luas. Pada kriteria *reliability* perlu adanya perbaikan pada variabel karyawan teliti dalam memberikan pelayanan, karyawan memiliki kecepatan dan ketepatan dalam melayani pelanggan dan harga produk terjangkau. Pada kriteria *responsiveness* perlu adanya perbaikan pada variabel karyawan tanggap dalam memberi penjelasan pada pelanggan dan karyawan murah senyum. Pada kriteria *assurance* perlu adanya perbaikan pada variabel tempat parkir dijamin aman. Pada kriteria *empathy* perlu adanya perbaikan pada variabel karyawan perhatian pada pelanggan dan karyawan ramah pada pelanggan.

4.2 Menentukan Sub Kriteria

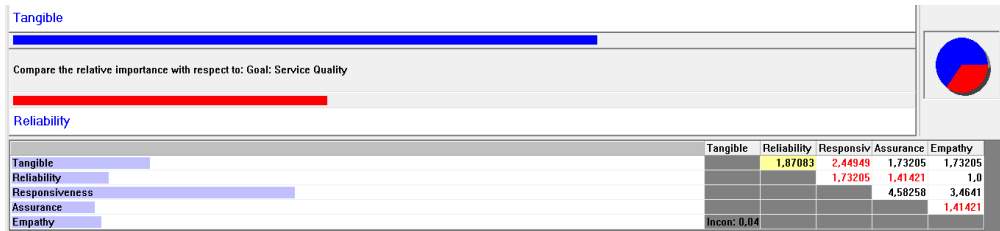
Identifikasi permasalahan melalui metode *service quality* akan dibahas pada *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pertimbangan 4 (empat) orang peserta yang terdiri dari Kepala Toko dan 3 (tiga) karyawan. Hasil dari *Focus Group Discussion* (FGD) yaitu terdapat sub kriteria dari masing-masing kriteria *service quality* yang perlu diperbaiki. Pada kriteria *tangible* terdapat sub kriteria memperbarui label jenis barang dan harga serta memperluas area parkir. Pada kriteria *reliability* terdapat sub kriteria menjalankan SOP karyawan teliti dalam melayani pelanggan, menjalankan SOP karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan dan memberikan promo pada produk dengan harga dan periode tertentu. Pada kriteria *responsiveness* terdapat sub kriteria menjalankan SOP karyawan tanggap dalam memberi penjelasan pada pelanggan dan menegaskan peraturan karyawan murah senyum. Pada kriteria *assurance* terdapat sub kriteria menambah tukang parkir. Pada kriteria *empathy* terdapat sub kriteria menjalankan SOP karyawan perhatian pada pelanggan dan meningkatkan keramahan karyawan pada pelanggan sesuai SOP.

4.3 Hasil Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Pelayanan

Penentuan prioritas perbaikan kualitas pelayanan dilakukan melalui metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan melibatkan 2 (dua) orang ahli yaitu Kepala Toko dan Asisten Kepala Toko. Terdapat dua sub kriteria dan masing-masing terdiri dari lima elemen. Sub kriteria 1 terdapat elemen menjalankan SOP karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan, memperbarui label jenis barang dan harga, menjalankan SOP karyawan tanggap dalam melayani pelanggan, menegaskan peraturan karyawan murah senyum serta memperluas area parkir. Sub kriteria 2 terdiri dari elemen menjalankan SOP karyawan teliti dalam melayani pelanggan, menjalankan SOP karyawan perhatian kepada pelanggan, memberikan promo pada produk dengan harga dan periode tertentu, menambah tukang parkir dan

meningkatkan keramahan karyawan sesuai dengan SOP. Adapun tahapan hasil perhitungan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) sebagai berikut :

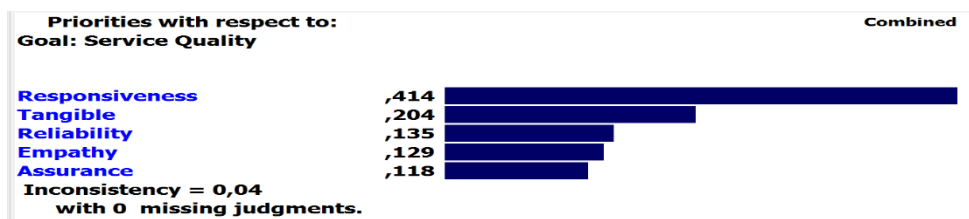
Pairwise Sub Kriteria 1



Gambar 1. *Pairwise Sub Criteria 1*

Gambar 1 merupakan hasil matrik perbandingan berpasangan sub kriteria 1 terhadap kriteria *service quality* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

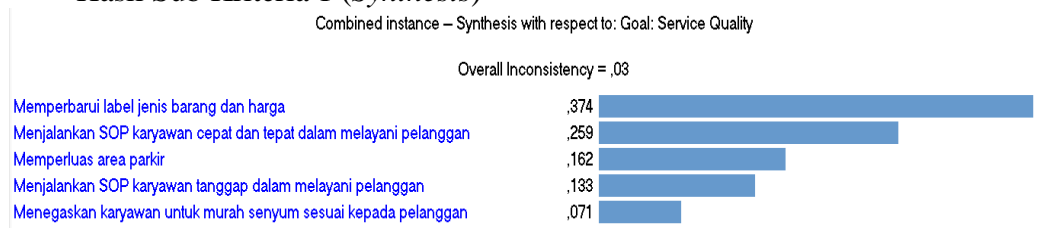
Prioritas Sub Kriteria 1



Gambar 2. Prioritas Sub Kriteria 1

Gambar 2 merupakan hasil prioritas perbaikan strategi kualitas pelayanan dengan konsistensi 0.04 (*Consistency Ratio*) < 0.1 yang berarti bahwa semua elemen konsisten. Prioritas perbaikan pertama yaitu *responsiveness* dengan bobot 0.414, yang kedua *tangible* dengan bobot 0.204, ketiga *reliability* dengan bobot 0.135, keempat *empathy* dengan bobot 0.129 dan terakhir *assurance* dengan bobot 0.118.

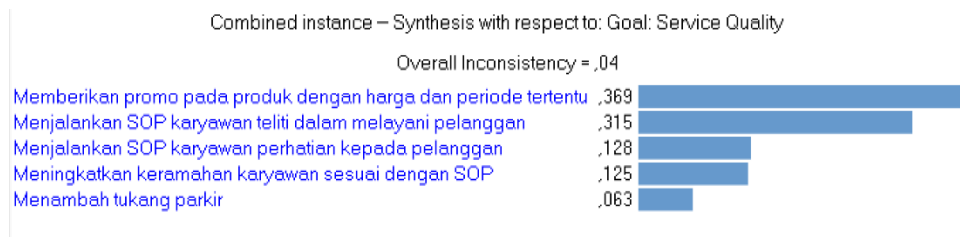
Hasil Sub Kriteria 1 (*Synthesis*)



Gambar 3. *Synthesis Sub Kriteria 1*

Gambar 3 merupakan hasil keseluruhan sub kriteria 1 prioritas perbaikan pada dimensi *service quality* dengan konsistensi 0.03 (*Consistency Ratio*) < 0.1 maka semua elemen dinyatakan konsisten. Prioritas pertama perbaikan kualitas pelayanan yaitu memperbarui label jenis barang dan harga dengan bobot 0.374. Prioritas kedua yaitu menjalankan SOP karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.259. Prioritas ketiga yaitu memperluas area parkir dengan bobot 0.162. Prioritas keempat yaitu menjalankan SOP karyawan tanggap dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.133 dan yang terakhir yaitu menegaskan karyawan untuk murah senyum kepada pelanggan 0.071.

Hasil Sub Kriteria 2 (*Synthesis*)



Gambar 4. *Synthesis* Sub Kriteria 2

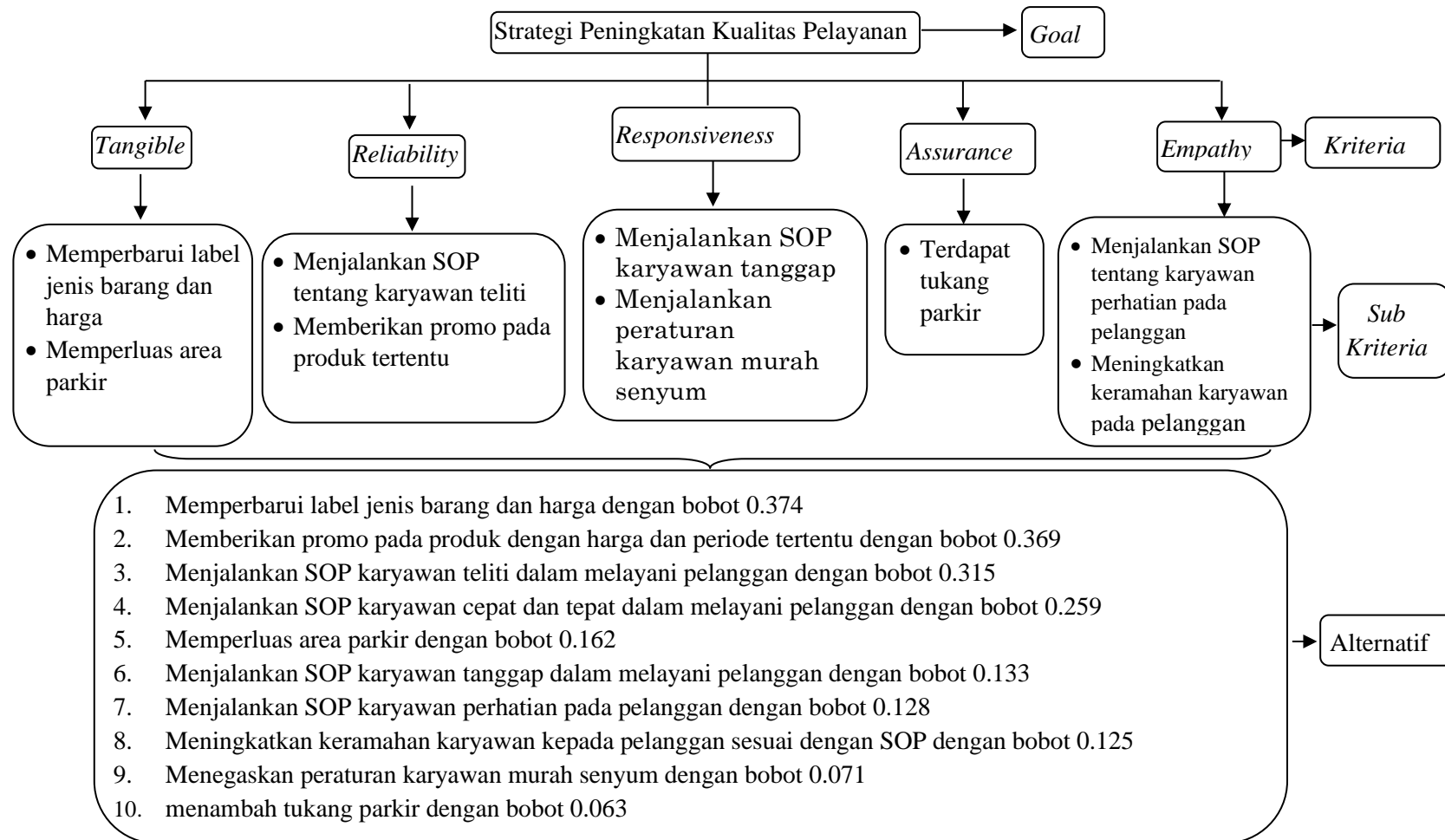
Gambar 4 merupakan hasil keseluruhan sub kriteria 2 prioritas perbaikan pada dimensi *service quality* dengan konsistensi 0.04 (*Consistency Ratio*) < 0.1 maka semua elemen dinyatakan konsisten. Prioritas pertama perbaikan kualitas pelayanan yaitu memberikan promo pada produk dengan harga dan periode tertentu dengan bobot 0.369. Prioritas kedua yaitu menjalankan SOP karyawan teliti dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.315. Prioritas ketiga yaitu menjalankan SOP karyawan perhatian pada pelanggan dengan bobot 0.128. Prioritas keempat yaitu meningkatkan keramahan karyawan sesuai dengan SOP dengan bobot 0.125 dan yang terakhir yaitu menambah tukang parkir dengan bobot 0.063.

4.4 Rekomendasi Perbaikan Kualitas Pelayanan

Rekomendasi perbaikan pada kriteria dimensi *service quality* berdasarkan hasil perhitungan sesuai dengan Gambar 2 dimulai dari nilai tertinggi sampai nilai terendah. Prioritas pertama pada kriteria *responsiveness* dengan bobot 0.414, prioritas kedua yaitu *tangible* dengan bobot 0.204, prioritas ketiga *reliability* dengan bobot 0.135, prioritas keempat yaitu *empathy* dengan bobot 0.129 dan prioritas terakhir yaitu *assurance* dengan bobot 0.118.

Rekomendasi perbaikan pada sub kriteria berdasarkan hasil dari akumulasi elemen sub kriteria 1 dan sub kriteria 2 dimulai dari perolehan nilai tertinggi sampai terendah. Prioritas pertama yaitu memperbarui label jenis barang dan harga dengan bobot 0.374. Prioritas kedua yaitu memberikan promo pada produk dengan harga dan periode tertentu dengan bobot 0.369. Prioritas ketiga yaitu menjalankan SOP karyawan teliti dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.315. Prioritas keempat yaitu menjalankan SOP karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.259. Prioritas kelima yaitu memperluas area parkir dengan bobot 0.162. Prioritas keenam yaitu menjalankan SOP karyawan tanggap dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.133. Prioritas ketujuh yaitu menjalankan SOP karyawan perhatian pada pelanggan dengan bobot 0.128. Prioritas kedelapan yaitu meningkatkan keramahan karyawan kepada pelanggan sesuai dengan SOP dengan bobot 0.125. Prioritas kesembilan yaitu menegaskan peraturan karyawan murah senyum dengan bobot 0.071. Prioritas terakhir yaitu menambah tukang parkir dengan bobot 0.063.

Berikut adalah susunan hirarki strategi peningkatan kualitas pelayanan melalui perhitungan AHP (*Analitycal Hierarchy Process*) :



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diketahui identifikasi permasalahan kualitas pelayanan pada Toko Rizquna terhadap variabel kriteria dimensi *service quality* yang masih perlu diperbaiki yaitu kriteria *tangible* perlu adanya perbaikan pada variabel produk mudah dicari dan tempat parkir luas. Pada kriteria *reliability* perlu adanya perbaikan pada variabel karyawan teliti dalam memberikan pelayanan, karyawan memiliki kecepatan dan ketepatan dalam melayani pelanggan dan harga produk terjangkau. Pada kriteria *responsiveness* perlu adanya perbaikan pada variabel karyawan tanggap dalam memberi penjelasan pada pelanggan dan karyawan murah senyum. Pada kriteria *assurance* perlu adanya perbaikan pada variabel tempat parkir dijamin aman. Pada kriteria *empathy* perlu adanya perbaikan pada variabel karyawan perhatian pada pelanggan dan karyawan ramah pada pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terdapat strategi peningkatan kualitas pelayanan pada Toko Rizquna dengan rekomendasi perbaikan pada sub kriteria berdasarkan hasil dari akumulasi elemen sub kriteria 1 dan sub kriteria 2 dimulai dari perolehan nilai tertinggi sampai terendah. Prioritas pertama yaitu memperbarui label jenis barang dan harga dengan bobot 0.374. Prioritas kedua yaitu memberikan promo pada produk dengan harga dan periode tertentu dengan bobot 0.369. Prioritas ketiga yaitu menjalankan SOP karyawan teliti dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.315. Prioritas keempat yaitu menjalankan SOP karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.259. Prioritas kelima yaitu memperluas area parkir dengan bobot 0.162. Prioritas keenam yaitu menjalankan SOP karyawan tanggap dalam melayani pelanggan dengan bobot 0.133. Prioritas ketujuh yaitu menjalankan SOP karyawan perhatian pada pelanggan dengan bobot 0.128. Prioritas kedelapan yaitu meningkatkan keramahan karyawan kepada pelanggan sesuai dengan SOP dengan bobot 0.125. Prioritas kesembilan yaitu menegakkan peraturan karyawan murah senyum dengan bobot 0.071. Prioritas terakhir yaitu menambah tukang parkir dengan bobot 0.063.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Noor, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap kepuasan Konsumen Toko Ritel," 30 Agustus 2013.
- [2] Sardi, Interviewee, *Apakah ada permasalahan di Toko Rizquna belakangan ini?*. [Interview]. 14 Juni 2021.
- [3] D. S. Anggara and S. Anwar, "Statistika Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi," Mei 2017.
- [4] S. S. Putro, E. Rahmanita and R. S. Isnaniyah, "Implementasi Metode SERVQUAL Untuk Analisa Kepuasan Pasien Berdasarkan Kualitas Pelayanan Poli Rawat Jalan," *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, p. 3, 2017.
- [5] P. Lusiana, M. A. Rahim and G. Rostiani, "Upaya Peningkatan Kualitas Jasa Kesehatan Menggunakan Integrasi Quality Function Deployment (QFD) dengan Analytical Hierarchy Process (AHP)," *e-journal Teknik Industri PT USU*, vol. 1, pp. 31-36, 2013.

- [6] T. Christopher and T. Hendy, "Evaluasi Produk Dan Pelayanan di Toko Buku Gramedia Emporium Pluit Mall Jakarta Utara Menggunakan Service Quality," *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 2019.
- [7] I. A. B. Riyani, I. Nadzirah and S. D. Pratiwi, "Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sustainability Pada Industri Kecil Menengah Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)," *Dampak Pandemi Covid-19 Sustainability IKM*, pp. 66-78, 2021.
- [8] W. G. A. Yakti, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Indeks dan Service Quality," *dspace.uui.ac.id*, 2 Februari 2018. [Online]. Available: <https://dspace.uui.ac.id>. [Accessed 18 Juli 2020].
- [9] A. W. Kristanto, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Retail X Surabaya Dengan Pendekatan Metode Service Quality dan Quality Function Deployment," *repository.its.ac.id*, 06 November 2015. [Online]. Available: <https://repository.its.ac.id>. [Accessed 21 Juli 2021].
- [10] K. A. Latief, "Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman," *09-Korelasi Rank Spearman*, 2017.
- [11] M. Yulianto, "Uji Korelasi Spearman," *Uji Korelasi Spearman*, pp. 1-37, 2013.
- [12] A. Armis, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toserba Sahabat Putra Banjarnegara Kabupaten Tegal," Juli 2019. [Online]. Available: <http://repository.upstegal.ac.id>.
- [13] M. N. S. Ramadhan, "Analisis Retail Service Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Superindo Bendungan Sutami Kota Malang," 23 Mei 2020. [Online]. Available: <http://theses.uin-malang.ac.id>.
- [14] H. Krisdayanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang," 30 Januari 2017. [Online]. Available: <http://eprints.radenfatah.ac.id>.
- [15] R. Juliansyah, "Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Traveloka Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara," 29 April 2019. [Online]. Available: <http://repositori.usu.ac.id>.
- [16] B. M. O. Fathurrachma, "Pengaruh Service Convenience Terhadap Kepuasan Pelanggan (Kasus Di Mall Sadang Terminal Square Kota Purwakarta)," 20 Juli 2017. [Online]. Available: <http://digilib.polban.ac.id>.
- [17] W. Noor, "Focus Group Discussion," 28 Agustus 2014.
- [18] J. Ridha, "Evaluasi Produk Dan Pelayanan di Toko Buku Gramedia Emporium Pluit Mall Jakarta Utara Menggunakan Service Quality," *Repository*, 29 April 2019. [Online]. Available: <https://repository.usu.ac.id>.