

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Percetakan *Pinexsouvenir* Di Condet Jakarta Timur

Irgiawan Fauzi¹, Darmaenis², Boma Jonaldy Tanjung³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Sakti Bekasi

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan kualitas pelayanan di Percetakan Pinexsouvenir Condet, Jakarta Timur, berupa keterlambatan pengerjaan, kurangnya informasi, serta hasil cetakan yang tidak konsisten, yang berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian adalah menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai dasar perbaikan layanan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan survei pada 83 responden konsumen. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner skala Likert yang mengukur lima dimensi Servqual, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier sederhana setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,912 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,832, yang berarti 83,2% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Temuan ini membuktikan hipotesis diterima, bahwa peningkatan kualitas pelayanan, khususnya dalam daya tanggap, keandalan, dan empati, akan secara nyata meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Servqual, Percetakan.

Copyright (c) 2025 Irgiawan Fauzi

✉ Corresponding author :

Email Address : Irgiawan77@gmail.com

PENDAHULUAN

Permasalahan penelitian ini adalah kualitas pelayanan di Percetakan Pinexsouvenir Condet yang belum optimal, terlihat dari keterlambatan, komunikasi kurang jelas, dan hasil cetakan yang tidak konsisten sehingga memengaruhi kepuasan konsumen. Untuk memecahkan masalah tersebut digunakan pendekatan teori kualitas pelayanan (SERVQUAL) dengan lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta memberikan rekomendasi perbaikan layanan. Kajian teoritik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan

(Parasuraman; Kotler & Keller), di mana semakin baik layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian diharapkan dapat membuktikan adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sekaligus memberikan manfaat praktis bagi Percetakan Pinexsouvenir dalam meningkatkan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertumpu pada konsep kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui lima dimensi utama yang dikenal dengan SERVQUAL, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangible). Kelima dimensi tersebut digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Sementara itu, kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah konsumen membandingkan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Jika kinerja layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja lebih rendah dari harapan, maka timbul rasa ketidakpuasan.

Teori-teori tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan secara konsisten, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat, yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi dasar penting dalam penelitian ini.

Penelitian Sebelumnya

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan tingkat kepuasan konsumen. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Arifin (2019) menemukan bahwa dimensi keandalan dan daya tanggap dalam model SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa percetakan. Hasil serupa ditunjukkan oleh Nuraini (2020) yang menegaskan bahwa kepuasan konsumen meningkat seiring dengan perbaikan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek jaminan dan empati. Penelitian lain oleh Sari (2021) juga memperkuat temuan tersebut dengan menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang konsisten akan membentuk loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Kajian-kajian tersebut memberikan landasan teoritis sekaligus bukti empiris bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen di berbagai bidang usaha jasa, penelitian ini memperluas temuan sebelumnya dengan menguji kembali pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, khususnya pada konteks Percetakan Pinexsouvenir Condut, Jakarta Timur. Hasil dari penelitian terdahulu menjadi acuan dalam menyusun instrumen, memilih variabel, serta merumuskan hipotesis yang relevan.

Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Kerangka berpikir dalam penelitian ini berangkat dari permasalahan kualitas pelayanan yang belum optimal di Percetakan Pinexsouvenir Condet, seperti keterlambatan penyelesaian pesanan, komunikasi yang kurang informatif, dan hasil cetakan yang tidak selalu sesuai dengan harapan konsumen. Berdasarkan teori kualitas pelayanan (SERVQUAL), kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh lima dimensi layanan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan semakin baik, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka tingkat kepuasan akan menurun. Dengan demikian, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dipandang penting untuk diteliti agar dapat memberikan gambaran empiris dalam konteks jasa percetakan.

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, hipotesis penelitian ini adalah: *“Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Percetakan Pinexsouvenir Condet, Jakarta Timur.”* Hipotesis ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan *Pinexsouvenir* di Condet Jakarta Timur.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada percetakan *Pinexsouvenir* di Condet Jakarta Timur.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Percetakan Pinexsouvenir Condet. Sampel penelitian berjumlah 83 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin dan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert yang disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL. Instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian data dianalisis menggunakan SPSS. Analisis utama dilakukan dengan regresi linier sederhana setelah melalui uji asumsi klasik. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran empiris yang valid sekaligus rekomendasi praktis bagi peningkatan layanan dan kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisis Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PELAYANAN	83	31	49	42.16	4.233
KONSUMEN	83	28	50	42.00	5.526
Valid N (listwise)	83				

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan analisis data SPSS terhadap 83 responden, penelitian ini berfokus pada dua variabel utama: pelayanan (X1-X10) dan konsumen (Y1-Y10), dengan data lengkap tanpa missing value.

Secara deskriptif, variabel pelayanan memiliki rata-rata 42.16 (SD = 4.233; min = 31; max = 49), sedangkan variabel konsumen rata-rata 42.00 (SD = 5.526; min = 28; max = 50). Hasil ini menunjukkan persepsi responden cukup tinggi dan homogen, meski konsumen memiliki variasi lebih besar.

Uji reliabilitas menunjukkan Cronbach's Alpha 0.756 (pelayanan) dan 0.882 (konsumen), menandakan konsistensi internal yang baik. Distribusi data juga relatif normal. Analisis regresi memperlihatkan hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dan konsumen ($r = 0.912$; $R^2 = 0.832$), yang berarti peningkatan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Validitas**Tabel 2. Uji Validitas Varibel Kualitas Pelayanan (X)**

Indikator	Korelasi dengan Variabel PELAYANAN	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X1	0.698**	0.000	Valid
X2	0.706**	0.000	Valid
X3	0.708**	0.000	Valid
X4	0.577**	0.000	Valid
X5	0.653**	0.000	Valid
X6	0.677**	0.000	Valid
X7	0.654**	0.000	Valid
X8	0.621**	0.000	Valid
X9	0.650**	0.000	Valid
X10	0.625**	0.000	Valid

Sumber : Output SPSS 25 dari data primer, diolah oleh peneliti

Uji validitas terhadap 10 indikator variabel pelayanan (X1-X10) menggunakan korelasi Pearson menunjukkan nilai korelasi 0.577-0.708 dengan signifikansi 0.000 (<0.05). Seluruh indikator memenuhi kriteria validitas ($r > 0.30$), dengan X3 memiliki korelasi tertinggi (0.708). Dengan demikian, semua indikator layak digunakan untuk mengukur variabel pelayanan.

Tabel 3. Uji Validitas Varibel Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Korelasi dengan Variabel KONSUMEN	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Y1	0.775**	0.000	Valid
Y2	0.693**	0.000	Valid
Y3	0.735**	0.000	Valid
Y4	0.759**	0.000	Valid
Y5	0.619**	0.000	Valid
Y6	0.666**	0.000	Valid
Y7	0.716**	0.000	Valid
Y8	0.710**	0.000	Valid
Y9	0.679**	0.000	Valid
Y10	0.643**	0.000	Valid

Sumber : Output SPSS 25 dari data primer, diolah oleh peneliti

seluruh indikator variabel konsumen (Y1–Y10) memiliki korelasi yang sangat kuat dan signifikan dengan total skor variabel. nilai korelasi berkisar antara 0.619 hingga 0.775, dan semuanya signifikan pada taraf 1% ($p < 0.01$). Indikator dengan korelasi tertinggi adalah Y4 ($r = 0.759$), sedangkan yang paling rendah adalah Y5 ($r = 0.619$), yang masih termasuk dalam kategori valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	10

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan output reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha = 0.756 untuk 10 item, yang berarti instrumen memiliki reliabilitas baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	10

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan output reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha = 0.882 untuk 10 item, yang berarti instrumen memiliki reliabilitas baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

Uji Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk membandingkan distribusi data aktual (observasi) dengan distribusi normal teoretis. Hasil dari uji ini menunjukkan apakah perbedaan antara kedua distribusi tersebut signifikan atau tidak.

Kriteria Pengambilan Keputusan

1. Jika nilai Asymp. Sig. (p-value) $> 0,05$, maka H_0 diterima, artinya data terdistribusi normal.
2. Jika nilai Asymp. Sig. (p-value) $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya data tidak terdistribusi normal.

Tabel 6. Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26742339
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.042
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

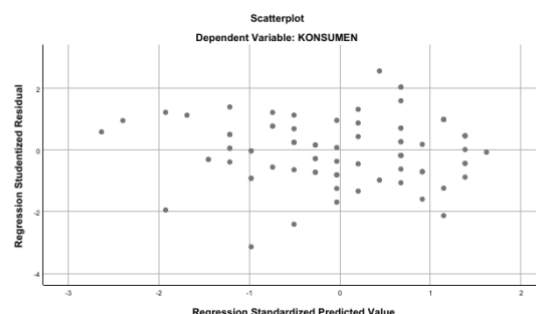
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : SPSS Versi 25

Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov terhadap residual ($n = 83$) menunjukkan mean = 0.000, SD = 2.267, serta nilai K-S = 0.050 dengan signifikansi 0.200 (> 0.05). Hal ini berarti residual berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas pada regresi terpenuhi, dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

1. Uji Heterokedastisitas

Gambar 7. Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Sumber: SPSS Versi 25

Scatterplot residual studentized terhadap nilai prediksi terstandarisasi menunjukkan titik-titik tersebar acak di sekitar garis nol tanpa pola tertentu. Hal ini menandakan bahwa

asumsi linearitas dan homoskedastisitas terpenuhi, sehingga model regresi valid dan dapat digunakan secara andal.

3. Uji Linearitas

Dalam analisis regresi, uji asumsi klasik digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan linear, atau garis lurus, antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Karena analisis regresi linier mensyaratkan bahwa hubungan antara dua variabel harus linear, linearitas sangat penting. Jika hubungan antara variabel bebas dan terikat tidak linear, model regresi linier tidak tepat untuk digunakan dan hasilnya dapat menipu. Hubungan antara X dan Y dianggap linear jika deviasi signifikansi (Sig.) dari linieritas lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya jika deviasi signifikansi dari linieritas kurang dari 0,05.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2082.421	1	2082.421	400.105	.000 ^b
	Residual	421.579	81	5.205		
	Total	2504.000	82			

a. Dependent Variable: KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN

Sumber : SPSS Versi 25

Hasil uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung = 400.105 dengan signifikansi 0.000 (<0.05), sehingga model regresi yang dibangun dinyatakan signifikan secara statistik. Dari total variasi data (Sum of Squares = 2504.000), sebesar 2082.421 berasal dari regresi dan hanya 421.579 dari residual, yang berarti sebagian besar variasi variabel dependen (konsumen) dapat dijelaskan oleh variabel independen (pelayanan). Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan berpengaruh kuat terhadap konsumen, sehingga model regresi linier sederhana yang digunakan valid, signifikan, serta dapat diandalkan untuk keperluan analisis, prediksi, maupun pengambilan keputusan berbasis data.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

1. Persamaan Regresi

Tabel 9. Hasil Uji Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-8.193	2.522		-3.249	.002
	PELAYANAN	1.191	.060	.912	20.003	.000

Sumber : SPSS Versi 25

Penggunaan analisis ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel independen Pelayanan memengaruhi variabel dependen Konsumen. Persamaan regresi linear sederhana berikut diperoleh dari tabel *Coefficients*:

$$Y = -8.193 + 1.191 X$$

- Konstanta (Intercept) = -8.193: Jika nilai pelayanan = 0, maka nilai konsumen diperkirakan sebesar -8.193.
 - Koefisien Pelayanan = 1.191: Setiap kenaikan satu satuan pada pelayanan akan meningkatkan nilai konsumen sebesar 1.191 poin.
 - Nilai t = 20.003, dan Sig. = 0.000: Karena nilai signifikansi < 0.05, maka variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Konsumen.
 - Nilai Beta (Standardized Coefficients) = 0.912: Menunjukkan bahwa pengaruh variabel Pelayanan terhadap Konsumen sangat kuat karena mendekati angka 1.
- Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Pelayanan terhadap Konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan atau respons positif dari konsumen.

2. Uji t

Tabel 10. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Correlations		Collinearity Statistics	
		Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)				
	PELAYANAN	.912	.912	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KONSUMEN

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel *Coefficients*, variabel Pelayanan memiliki nilai korelasi Partial = 0.912 dan Part = 0.912, yang menunjukkan hubungan sangat kuat dengan variabel Konsumen. Nilai Tolerance = 1.000 dan VIF = 1.000 menegaskan tidak adanya masalah multikolinearitas. Dengan demikian, pelayanan terbukti berpengaruh kuat dan signifikan terhadap konsumen, serta model regresi layak digunakan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.912 ^a	.832	.830	2.281	.832	400.105	1

Sumber : SPSS Versi 25

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh sangat kuat terhadap konsumen dengan nilai R = 0,912 dan R² = 0,832 (83,2% variasi konsumen dijelaskan oleh pelayanan). Nilai Adjusted R² = 0,830 menegaskan keakuratan model yang tinggi, sedangkan Std. Error = 2,281 menunjukkan prediksi cukup akurat. Uji ANOVA menghasilkan F = 400,105; Sig. < 0,05, sehingga model signifikan. Secara

keseluruhan, pelayanan terbukti berpengaruh kuat dan signifikan terhadap konsumen, serta model regresi layak digunakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut terlihat dari nilai koefisien regresi (B) sebesar 1.191 dengan tingkat signifikansi 0.000, yang berarti hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen sangat kuat secara statistik. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen dapat diterima dengan meyakinkan.

Temuan ini konsisten dengan teori **Servqual** yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang menekankan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi utama, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian juga selaras dengan teori kepuasan pelanggan dari Kotler & Keller (2016) yang menegaskan bahwa pelayanan berkualitas mampu meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan serta menciptakan loyalitas. Selain itu, penelitian ini mendukung temuan Tjiptono (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam membentuk kepuasan konsumen, khususnya dalam sektor jasa.

Dari sisi konteks penelitian, responden yang berasal dari wilayah perkotaan seperti Jakarta cenderung memiliki ekspektasi pelayanan yang lebih tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh lingkungan yang dinamis, pemanfaatan teknologi dalam layanan, serta budaya pelayanan yang kompetitif. Regulasi dan standar pelayanan yang berlaku di wilayah perkotaan juga turut memperkuat hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen. Faktor-faktor kontekstual ini menunjukkan bahwa hasil penelitian tidak hanya didorong oleh variabel utama, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik lingkungan dan sosial-ekonomi konsumen. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi dunia bisnis maupun kebijakan publik. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, peningkatan kecepatan respons, dan pengembangan teknologi layanan pelanggan yang ramah dan mudah diakses. Sementara itu, dari sisi kebijakan, hasil ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan regulasi dan standar pelayanan di sektor publik maupun privat yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat dasar teoritis mengenai pentingnya kualitas pelayanan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam upaya meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen di lapangan.

SIMPULAN

Penelitian pada **Pinexsouvenir Condet, Jakarta Timur** menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai korelasi tinggi ($r = 0.912$) dan koefisien determinasi ($R^2 = 0.832$). Hal ini berarti 83,2% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, khususnya melalui dimensi **Servqual** seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang konsisten berkontribusi positif terhadap persepsi konsumen. Secara teoritis, hasil ini memperkuat validitas model Servqual dalam konteks UMKM jasa percetakan di wilayah perkotaan, sedangkan secara praktis, temuan ini memberikan arahan bagi Pinexsouvenir dan pelaku UMKM sejenis untuk menjadikan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam mempertahankan kepuasan sekaligus membangun loyalitas konsumen.

Referensi :

- Amerta, K. A., & Warmika, I. G. K. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(4), 101-115.
- Badriah, N. R., Sulaiman, E., & Yanthi, W. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan All In One. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 45-54.
- Fauzi, A., & Wahyuni, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di UMKM Percetakan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 101-112.
- Hendarto, S. P., & Sisilia, K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Komunikasi Word of Mouth, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Percetakan Online. *Jurnal Pemasaran*, 14(3), 88-98.
- Kurnia, A. A., & Widiati, E. (2024). Dampak Kualitas Layanan dan Kemudahan Transaksi Online terhadap Kepuasan Konsumen Percetakan Wellen Print Pasar Minggu. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Inovasi*, 10(1), 11-20.
- Neuman, W. L. (2021). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (8th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran Strategik*. Andi Offset.
- Wibowo, K. P. P., Sholihin, U., & Saputra, B. M. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Percetakan Maskumambang Kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 25-34.
- Wijaya, R., & Pratama, A. (2023). *Manajemen Kepuasan Pelanggan dalam Era Digital*. Prenadamedia Group.
- Yanti, N. W. E., & Puja, I. M. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem. *Jurnal Ekonomi Bali*, 8(2), 55-65.