

**FENOMENA PARKIR LIAR INDOMARET YOGYAKARTA
KEAMANAN, KENYAMANAN, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS
LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DARI SUDUT PANDANG
GENERASI Z**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

Steve Juan Pabara

2121311615

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JANUARI 2025**

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

FENOMENA PARKIR LIAR INDOMARET YOGYAKARTA
KEAMANAN, KENYAMANAN, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS
LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DARI SUDUT PANDANG
GENERASI Z

Dipersiapkan dan disusun oleh:

STEVE JUAN PABARA

Nomor Induk Mahasiswa: 212131615

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 14 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Bambang Setia Wibowo, SE., MM.

Penguji



Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Yogyakarta, 5 Februari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kenyamanan, citra perusahaan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Indomaret di Yogyakarta, dengan fokus pada fenomena parkir liar yang sering terjadi di sekitar area toko. Menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang melibatkan 150 responden, kemudian dianalisis dengan regresi berganda untuk mengevaluasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kenyamanan, citra perusahaan, dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan citra perusahaan sebagai faktor paling dominan, diikuti oleh kualitas layanan dan kenyamanan. Temuan ini menyoroti bahwa parkir liar tidak hanya mengurangi kenyamanan pelanggan tetapi juga berpotensi merusak citra perusahaan di mata pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi kepuasan mereka secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pengelolaan area parkir yang lebih baik untuk menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Indomaret. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi manajemen ritel di Indonesia.

Kata kunci: Parkir Liar, Keamanan, Kenyamanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of security, comfort, corporate image, and service quality on customer satisfaction at Indomaret in Yogyakarta, focusing on the recurring issue of illegal parking around store areas. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires involving 150 respondents and analyzed using multiple regression to evaluate the relationships between the variables. The findings reveal that security, comfort, corporate image, and service quality significantly influence customer satisfaction, with corporate image emerging as the most dominant factor, followed by service quality and comfort. These findings highlight that illegal parking not only reduces customer comfort but also potentially harms the company's image in the eyes of its customers, ultimately affecting overall satisfaction. Therefore, the study recommends better parking management to create a safe and comfortable environment while enhancing customer trust in Indomaret's services. These insights are expected to contribute significantly to the development of retail management strategies in Indonesia.

Keywords: illegal parking, security, comfort, corporate image, customer satisfaction

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Bisnis ritel di Indonesia, khususnya Indomaret, mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan perkembangan teknologi, sektor UKM, dan perekonomian yang stabil. Indomaret, yang didirikan pada 1988, berkembang pesat dengan konsep waralaba sejak 1997, dan kini memiliki lebih dari 22.000 gerai di seluruh Indonesia. Dalam menghadapi perkembangan ini, Indomaret mengimplementasikan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Namun, praktik parkir liar di area gerai Indomaret, terutama di Yogyakarta, menjadi masalah signifikan yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Parkir liar mengganggu kenyamanan dan keamanan pelanggan, serta dapat merusak citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak parkir liar terhadap kepuasan pelanggan Indomaret di Yogyakarta, dengan fokus pada pengaruh elemen keamanan, kenyamanan, citra perusahaan, dan kualitas layanan. Studi ini penting karena parkir liar mempersulit pelanggan dalam mencari tempat parkir yang aman, meningkatkan keluhan, dan menurunkan kepuasan. Selain itu, Gen Z, yang lebih terhubung dengan teknologi, cenderung mencari pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan interaktif, termasuk kemudahan dalam akses parkir (Primartono *et al.*, 2024).

Penelitian ini menggunakan Yogyakarta sebagai studi kasus, mengingat kota ini memiliki berbagai demografi, seperti mahasiswa dan pekerja, yang mempengaruhi pola konsumsi di minimarket. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan bagi Indomaret untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengurangi masalah parkir liar, yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka (Ayuningtias & Saraswati, 2019; Zaid & Patyawati, 2021).

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya faktor eksternal, seperti kondisi parkir, dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor ritel. Sebagaimana yang ditemukan oleh (Najib & Sosianika, 2019), fasilitas parkir yang memadai dan mudah diakses dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang pada gilirannya akan memperbaiki citra perusahaan dan meningkatkan tingkat kepuasan. Di sisi lain, kondisi fisik toko, termasuk area parkir yang terorganisir dengan baik, dapat memberikan pengalaman berbelanja yang positif dan mendukung loyalitas pelanggan. Dengan meningkatnya persaingan di pasar ritel, terutama di kota-kota besar seperti Yogyakarta, penting bagi perusahaan ritel seperti Indomaret untuk mengelola faktor-faktor eksternal ini secara efektif agar tetap mempertahankan keunggulan kompetitif dan meminimalkan dampak negatif dari masalah parkir liar.

Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan relevansi pendekatan berbasis generasi, khususnya Gen Z, dalam menentukan kepuasan pelanggan di sektor ritel. Gen Z dikenal sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki preferensi yang kuat terhadap pengalaman berbelanja yang interaktif dan nyaman. Menurut (Primartono *et al.*, 2024), meskipun mereka lebih cenderung berbelanja secara online, mereka tetap mengutamakan kenyamanan dan kualitas saat berbelanja di toko fisik. Oleh karena itu, aspek-aspek seperti kemudahan akses parkir, keamanan, dan kenyamanan fisik toko menjadi faktor penting dalam menarik perhatian dan mempertahankan kepuasan pelanggan dari generasi ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KAJIAN TEORITIS

Kerangka Teori

Keamanan

Keamanan adalah faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian, dengan tingkat keamanan yang tinggi meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan (Adelia *et al.*, 2023). Dalam e-commerce, aspek keamanan seperti sistem pembayaran dan transaksi sangat penting untuk meningkatkan niat pembelian (Aggarwal & Rahul, 2018).

Kenyamanan

Kenyamanan dalam berbelanja, termasuk kemudahan transaksi dan aksesibilitas, sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini terutama berlaku dalam belanja online, di mana kenyamanan dapat meningkatkan pengalaman berbelanja yang positif (Djan & Rubbiah Adawiyah, 2020).

Citra Perusahaan

Citra perusahaan yang positif berperan dalam menjaga loyalitas pelanggan meskipun ada pengalaman yang kurang memuaskan. Citra yang baik memperkuat kepercayaan pelanggan dan membedakan perusahaan dari pesaingnya (Bomer & Tunjung Sari, 2023; Leong *et al.*, 2022).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan yang baik, yang melampaui harapan pelanggan, meningkatkan kepuasan dan membantu membangun loyalitas dalam jangka panjang. Layanan yang konsisten dan dapat diandalkan membantu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan (Shrestha, 2021).

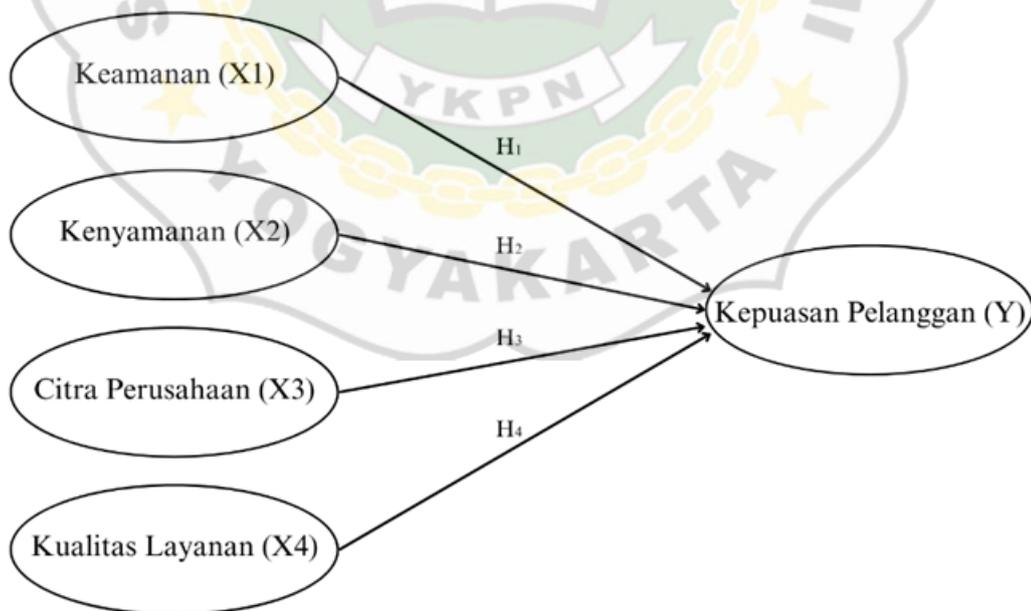
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terkait erat dengan kualitas layanan dan citra perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kemungkinan pembelian ulang. Pelanggan yang puas lebih cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain (Hermawan, 2023; Sharma *et al.*, 2020).

Kerangka Pemikiran

Dari uraian sebelumnya, dapat disusun sebuah kerangka konseptual mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang dapat dijelaskan pada gambar 2.1 berikut ini:



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk menentukan validitas pernyataan kuesioner, dengan faktor penambahan lebih dari 0,45 dianggap valid menurut (Iskandar, 2014). Hasil analisis data menggunakan program SPSS ditunjukkan di sini.

Variabel	Pernyataan	Loading Factor	Keterangan
Keamanan (X1)	KM1	0,713	Valid
	KM2	0,659	Valid
	KM3	0,000	Valid
	KM4	0,585	Valid
	KM5	0,781	Valid
Kenyamanan (X2)	KN1	0,540	Valid
	KN2	0,666	Valid
	KN3	0,622	Valid
	KN4	0,734	Valid
	KN5	0,640	Valid
Citra Perusahaan (X3)	CP1	0,645	Valid
	CP2	0,000	Valid
	CP3	0,691	Valid
	CP4	0,716	Valid
	CP5	0,654	Valid
Kualitas Layanan (X4)	KL1	0,772	Valid
	KL2	0,849	Valid
	KL3	0,873	Valid
	KL4	0,854	Valid
	KL5	0,841	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	KP1	0,670	Valid
	KP2	0,552	Valid
	KP3	0,726	Valid
	KP4	0,693	Valid
	KP5	0,539	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hasil tabel 4.6, hasil uji validitas variabel keamanan (X1), kenyamanan (X2), citra perusahaan (X3), kualitas layanan (X4), dan kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa semua item pernyataan adalah valid dikarenakan nilai sig $0,000 < 0,05$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen dapat mengukur peristiwa secara konsisten, dengan Cronbach's Alpha minimal 0,6 dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas penelitian ini disajikan dalam tabel.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keamanan (X1)	0,615	Reliabel
Kenyamanan(X2)	0,648	Reliabel
Citra Perusahaan(X3)	0,604	Reliabel
Kualitas Layanan(X4)	0,892	Reliabel
Kepuasan Pelanggan(Y)	0,618	Reliabel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel dengan koefisien Cronbach's Alpha $> 0,60$, dan memenuhi persyaratan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan guna mengetahui hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Berikut merupakan hasil perhitungan yang diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.716	1.570		3.033	.003
Keamanan	-.063	.085	-.056	-.738	.462
Kenyamanan	.219	.090	.201	2.436	.016
Citra Perusahaan	.604	.103	.480	5.860	.000
Kualitas Layanan	.120	.034	.227	3.524	.001

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat pada tabel 4.12, didapatkan persamaan regresi estimasi sebagai berikut:

$$Y = 4.716 + -.063 X1 + .219 X2 + .604 X3 + .120 X4$$

Keterangan:

1. Ada konstanta 4.716 yang menunjukkan bahwa variabel keamanan (X1), kenyamanan (X2), persepsi perusahaan (X3) dan kualitas layanan (X4) tidak memiliki nilai, sehingga nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 6.108 jika dihitung dengan nilai konstanta nol.
2. Nilai koefisien variabel keamanan (X1) menunjukkan nilai negatif -0,063, yang menunjukkan bahwa variabel bebas lainnya kehilangan nilai tetap dan variabel keamanan mengalami penurunan satu satuan. Dengan demikian, variabel kepuasan pelanggan (Y) mengalami penurunan -0,063.
3. Nilai koefisien variabel kenyamanan (X2) menunjukkan nilai positif 0,219, yang menunjukkan bahwa variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel kenyamanan meningkat satu satuan. Dengan demikian, variabel kepuasan pelanggan (Y) meningkat sebesar 0,219.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Nilai koefisien variabel citra perusahaan (X3) menunjukkan nilai positif 0,604, yang menunjukkan bahwa variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel citra perusahaan mengalami peningkatan satu satuan. Oleh karena itu, variabel kepuasan pelanggan (Y) mengalami peningkatan 0,604 jika dibandingkan dengan variabel bebas lainnya.

Nilai koefisien variabel kualitas layanan (X4) menunjukkan peningkatan sebesar 0,120 pada variabel kepuasan pelanggan (Y), jika variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan variabel kualitas layanan mengalami peningkatan satu satuan.

Uji t

Uji t digunakan untuk membandingkan variabel independen (keamanan, kenyamanan, citra perusahaan, dan kualitas layanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Koefisien pada kolom sig (significance) Tabel 4.7 menunjukkan hasil uji t, yang disajikan sebagai berikut:

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.716	1.570		3.033	.003
Keamanan	-.063	.085	-.056	-.738	.462
Kenyamanan	.219	.090	.201	2.436	.016
Citra Perusahaan	.604	.103	.480	5.860	.000
Kualitas Layanan	.120	.034	.227	3.524	.001

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Hipotesis:

1. Hipotesis pertama penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara keamanan dan kepuasan pelanggan; variabel keamanan memiliki tingkat signifikansi 0,462 lebih besar daripada 0,05. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis pertama ditolak.
2. Hipotesis kedua penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Variabel kenyamanan memiliki tingkat signifikansi 0,016 lebih rendah daripada 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Hipotesis ketiga penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Tingkat signifikansi variabel citra perusahaan lebih kecil daripada 0,05, sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. Hipotesis keempat penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan memiliki tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil daripada 0,05, sehingga hipotesis keempat diterima.

Pembahasan

Keamanan, kenyamanan, citra perusahaan, dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki dampak yang relatif kecil terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi 0,462 lebih besar dari 0,05. Hal ini sejalan dengan penelitian Ramadhan & Anggraeni (2022), yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menunjukkan tidak adanya hubungan signifikan antara keamanan dan kepuasan pelanggan. Kasus "parkir liar" di Indomaret menjadi contoh bagaimana keamanan yang buruk dapat merusak rasa aman pelanggan, yang pada gilirannya mengurangi kepuasan mereka.

Sebaliknya, faktor kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi 0,016 yang lebih kecil dari 0,05, sesuai dengan temuan penelitian Fuadi et al. (2022). Ketidaknyamanan di area parkir, seperti keberadaan pihak tidak bertanggung jawab, dapat mengganggu pengalaman berbelanja dan menurunkan kepuasan pelanggan. Citra perusahaan juga berpengaruh besar, dengan signifikansi 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa citra perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, masalah seperti tukang parkir liar dapat merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Terakhir, kualitas layanan yang diberikan oleh tukang parkir memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Profesionalisme tukang parkir dalam memarkirkan kendaraan dengan aman dan rapi meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap keamanan kendaraan mereka. Layanan yang baik ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan, membuat pelanggan merasa dihargai, dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali berbelanja di Indomaret, yang pada akhirnya berdampak positif pada kepuasan pelanggan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan kepuasan pelanggan, yang dipengaruhi oleh keamanan, kenyamanan, citra perusahaan, dan kualitas layanan. Setelah melakukan pengujian dapat diketahui bahwa terdapat beberapa hasil yang berbeda dari pengaruh variabel independen ke dependen seperti: untuk hasil dari pengujian terdapat variabel keamanan yang berpengaruh negatif pada kepuasan pelanggan, variabel kenyamanan yang berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, variabel citra perusahaan yang berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, dan variabel kualitas layanan yang berpengaruh negatif pada kepuasan pelanggan.

Hal ini menjelaskan bahwa dampak yang ditimbulkan dengan adanya parkir liar di Indomaret memberikan hasil yang cukup signifikan bagi kepuasan pelanggan hal ini cukup terbukti dengan di dapatnya hasil 3 hipotesis yang diterima dari 4 hipotesis yang di ajukan. Parkir liar yang terdapat pada Indomaret dapat menurunkan Tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan layanan atau citra yang ditimbulkan karena adanya aktifitas tersebut.

Saran

Beberapa saran diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya agar mampu mengatasi keterbatasan yang muncul pada penelitian dengan topik serupa:

1. Gerai Indomaret disarankan untuk lebih memperhatikan faktor eksternal yang ditimbulkan oleh parkir liar pada gerai Indomaret. Sebaiknya perlu adanya kolaborasi antara pihak Indomaret dan tukang parkir agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan memilih variabel lain atau studi kasus yang lebih beragam agar mudah menemukan jurnal pendukung yang berkaitan. Peneliti selanjutnya juga diharapkan memilih faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dari sisi internal perusahaan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, M., Robyardi, E., Iswan, J., & Kurniawan, M. (2023). Analisis Fasilitas, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di PT Arumi Graha Cipta Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 5(1), 42–55.
<https://doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v5i1.12962>
- Aggarwal, A., & Rahul, M. (2018). The effect of perceived security on consumer purchase intentions in electronic commerce. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 4(1), 1–20.
<https://doi.org/10.1504/IJPSPM.2018.088691>
- Ayuningtias, K. S., & Saraswati, T. G. (2019). Retail Service Quality and Customer Loyalty. *Journal of Secretary and Business Administration*, 3(1), 58. <https://doi.org/10.31104/jsab.v3i1.84>
- Bomer, A. B. N., & Tunjungsari, H. K. (2023). Niat Pembelian Kembali Pengguna Grabmart: Peran Pengalaman Pelanggan Pasca-Pembelian dan Citra Perusahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 132–140.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22522>
- Djan, I., & Rubbiah Adawiyah, S. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 269.
<https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Hermawan, E. (2023). Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kepuasan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pelanggan dan Citra Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 51–61. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.21>

Iskandar, A. (2014). Teknik Analisis Validitas Konstruk dan Reliabilitas instrument Test dan Non Test Dengan Software LISREL. *Statistical Analysis of Management Data*, 1–13.

Leong, V. S., Hj Ahady, D. M., & Muhamad, N. (2022). Corporate image as an enabler of customer retention. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(3), 486–503. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-08-2021-0115>

Najib, M. F., & Sosianika, A. (2019). Retail service quality, satisfaction, and trust: the key to shopper loyalty in the context of the Indonesian traditional market. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 10(4), 425. <https://doi.org/10.1504/IJEMR.2019.10025918>

Primartono, Y. R., Nurmalasari, A., Nugrayni, M. S., Ayu, P., & Wulan, L. (2024). *ANALISIS SISTEM KERJA WORK FROM HOME PADA LINGKUNGAN KERJA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pekerja Gen Z)*. 2019(November), 32–39.

Sharma, A., Gupta, J., Gera, L., Sati, M., & Sharma, S. (2020). Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3913161>

Shrestha, P. M. (2021). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *Management Dynamics*, 24(2), 71–80. <https://doi.org/10.3126/md.v24i2.50041>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Zaid, S., & Patyawati, P. (2021). Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983–992. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0983>

