

**ANALISIS KEPUASAN ATAS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
MISS GLAM GUNUNG PANGILUN DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh

PUTI VAENESHA
21134072

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

ANALISIS KEPUASAN ATAS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN *MISS GLAM GUNUNG PANGILUN DI KOTA PADANG*

Nama : Puti Vaenesha
NIM : 21134072
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Februari 2025

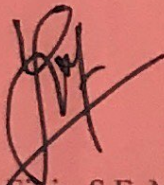
Diketahui Oleh:

Disetujui Oleh:

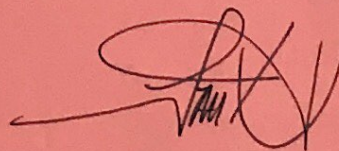
Koordinator Program Studi

Pembimbing Tugas Akhir

Diploma Tiga (DIII) Manajemen Perdagangan



Yuki Fitria, S.E., M.M
NIP. 198207222010122002



Dr. Susi Evanita, MS.
NIP. 196306081987032002

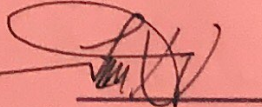
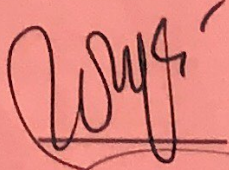
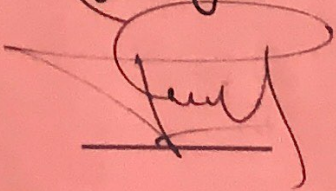
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

ANALISIS KEPUASAN ATAS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN *MISS GLAM GUNUNG PANGILUN DI KOTA PADANG*

Nama : Puti Vaenesha
NIM : 21134072
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Diploma Tiga (DIII) Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang*

Padang, Februari 2025

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Dr. Susi Evanita, MS.	(Ketua)	
Whyosi Septrizola, S.E., M.M	(Anggota)	
Thamrin, S.Pd, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puti Vaenesha
NIM/TM : 21134072/2021
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 23 Desember 2002
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl. Gajah Mada No. 105b Gunung Pangilun
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan *Miss Glam*
Gunung Pangilun di Kota Padang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Padang, Februari 2024


Puti Vaenesha
NIM. 21134072

ABSTRAK

Puti Vaenesha : **Analisis Kepuasan atas Dimensi Kualitas Pelayanan**
NIM. 21134072 : **Miss Glam Gunung Pangilun di Kota Padang.**

Pembimbing : **Dr. Susi Evanita, MS.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko kosmetik *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang. Metode penelitian secara kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen utama yang digunakan untuk mengumpulkan data. Analisis data deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi persepsi pelanggan terhadap berbagai dimensi kualitas pelayanan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berbelanja di toko kosmetik *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang, dengan jumlah sampel sebanyak 125 orang pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko kosmetik *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang.

Kata Kunci: Kepuasan atas Dimensi Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

**Puti Vaenesha : Analysis of Satisfaction with the Dimensions of Miss
NIM. 21134072 Glam Gunung Pangilun Service Quality in Padang City**

Mentor : Dr. Susi Evanita, MS.

This study aims to analyze satisfaction with the dimensions of service quality provided by the Miss Glam Gunung Pangilun cosmetic store in Padang City. The quantitative research method with a questionnaire as the main instrument used to collect data. Descriptive data analysis was conducted to identify customer perceptions of various dimensions of service quality. The population in this study were all customers who shopped at the Miss Glam Gunung Pangilun cosmetic store in Padang City, with a sample size of 125 customers. The results showed that in general customers were satisfied with the quality of service provided by the employees of the Miss Glam Gunung Pangilun cosmetic store in Padang City.

Keywords : Satisfaction with Service Quality Dimensions.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis berupa kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat mengadakan penelitian dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar. Selanjutnya shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan sampai kepada alam terang benderang saat sekarang ini.

Tugas Akhir yang berjudul: **“Analisis Kepuasan atas Dimensi Kualitas Pelayanan *Miss Glam* di Gunung Pangilun Kota Padang”** ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Tugas Akhir ini dapat penulis selesaikan dengan baik tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik itu bantuan secara moril maupun secara materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Susi Evanita, MS, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan bimbingan sepanjang proses penyusunan Tugas Akhir, dari tahap perumusan hingga penyelesaian tahap akhir.
2. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM dan Bapak Thamrin, S.Pd, MM, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritikan dan saran dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Yuki Fitria, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Pengajar pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

6. Bapak dan Ibu Karyawan/ti pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Bapak dan Ibu Pegawai Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Pusat Literasi Universitas Negeri Padang.
8. Manager dan seluruh karyawan *Miss Glam* di Gunung Pangilun Kota Padang yang telah membantu penulis dalam proses penelitian.
9. Orang tua, Mama dan Papa tersayang serta Saudara, Kakak dan Adik tercinta. Terima kasih atas doa yang tulus dan dukungan yang tak pernah putus, serta kasih sayang yang senantiasa mengiringi langkah penulis sepanjang waktu.
10. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2021 Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam hal apapun pada jenjang perkuliahan.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Padang, Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kepuasan	8
B. Kualitas Pelayanan	9
C. Model <i>SERVQUAL</i>	11
D. Dimensi Kualitas Pelayanan	12
BAB III. PENDEKATAN PENELITIAN	15
A. Jenis Penelitian	15
B. Tempat dan Objek Penelitian	15
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	16
D. Populasi dan Sampel	16
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	17
F. Sumber Data Penelitian	19
G. Teknik Pengumpulan Data	20
H. Instrumen Penelitian	21
I. Teknik Analisis Data	22
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Objek Penelitian	24
B. Hasil Penelitian	27
C. Pembahasan	41

BAB V. PENUTUP	47
A. Simpulan	47
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel	18
Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	21
Tabel 3. Daftar Skala Penilaian	22
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Indikator Realibilitas (<i>Realibility</i>)	28
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Indikator Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	30
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Indikator Empati (<i>Empathy</i>)	32
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)	35
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Indikator Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	38
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menjadi Pelanggan	44
Tabel 13. Data Rata-rata Indikator Kepuasan atas Kualitas Pelayanan	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo <i>Miss Glam</i> di Gunung Pangilun Kota Padang	26
Gambar 2. Struktur Organisasi <i>Miss Glam</i> di Gunung Pangilun Kota Padang	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi	53
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	54
Lampiran 3. Data Sampel Kuisisioner	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Padang merupakan salah satu daerah kota dan sekaligus ibu kota provinsi Sumatera Barat. Oleh karena letaknya sangat strategis, maka Kota Padang menjadi daerah perkotaan yang memiliki tingkat perkembangan yang sangat pesat di berbagai bidang, baik di bidang ekonomi, sosial, budaya, teknologi, maupun pemerintahan. Hingga sekarang banyak muncul berbagai macam bidang usaha di mana usaha itu bisa menghasilkan keuntungan bagi pemilik usaha itu tersebut. Semakin pesatnya teknologi membuat para pengusaha berani membuat usaha sendiri.

Seiring berjalannya waktu, industri kosmetik atau perawatan kulit di Indonesia berkembang pesat dengan meningkatnya sebuah kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah kosmetik dan perawatan kesehatan kulit, tidak sekedar untuk tampil cantik, oleh karena itu, saat ini kosmetik dan perawatan kulit menjadi sebuah kebutuhan yang esensial bagi beberapa orang. Menurut Selvia (2022:320), “Para pelaku bisnis menawarkan berbagai produk kecantikan dengan berbagai jenis varian, sehingga mengakibatkan tingkat persaingan dalam bisnis menjadi sangat tinggi.”

Berdasarkan tuntutan akan kebutuhan dan harapan kepada kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam melaksanakan tugas

secara profesional, yang menjadi masalah adalah rendahnya tingkat kualitas pelayanan bagi penyelenggara jasa pelayanan yang telah menjadi keluhan sebagian besar masyarakat pelanggannya. Menurut Ahmad (2022:129), “Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan bukan sesuatu yang datang begitu saja, yang dapat dilakukan secara otomatis, walaupun dalam hal ini staf pelayanan tersebut telah mempunyai masa kerja yang cukup lama serta pekerjaan dibidang pelayanan bukan sesuatu yang asing baginya.”

Di era perkembangan zaman saat ini, kualitas pelayanan pada pelanggan merupakan suatu isu yang sangat menarik di bidang pemasaran. Perusahaan dituntut mampu menawarkan barang dan jasa dengan mutu atau pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari waktu ke waktu. Pelanggan yang semakin pandai dan terdidik menyebabkan keinginan dan kebutuhan berubah sangat cepat. Perusahaan sudah lebih berorientasi pada pelanggan, agar dapat memenangkan persaingan.

Jika layanan yang diterima sesuai bahkan memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh karena itu, baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan pegawainya dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten.

Di era digital seperti sekarang, pelanggan semakin menghargai pelayanan yang personal dan relevan. Menurut Parasuraman, et. al dalam

Fandy (2014:232), ada sepuluh dari dimensi kualitas jasa, setelah melalui uji statistik yang dikenal dengan faktor analisis. Sepuluh dimensi dapat diringkas menjadi lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Adapun beberapa permasalahannya yaitu, dalam segi ketelitian petugas kasir dalam pembayaran dan keakuratan informasi yang diberikan oleh staf.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Adapun beberapa permasalahannya yaitu, kecepatan dalam merespon pertanyaan pelanggan, waktu tunggu untuk dilayani, dan kesiapan staf dalam membantu mencari produk.

3. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Adapun beberapa permasalahannya yaitu, keamanan barang di tempat penitipan barang, produk yang dijamin bermutu baik, dan rasa aman yang dirasakan pelanggan saat berbelanja.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Adapun beberapa permasalahannya yaitu, pelayanan yang dipersonalisasi dan kemampuan staf untuk mendengarkan pelanggan.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Adapun beberapa permasalahannya yaitu, kebersihan toko, tata letak produk yang tersusun rapi, dan kerapian berpakaian staf.

Bisnis toko kosmetik juga membutuhkan perencanaan manajemen dan teknis yang baik. Lima dimensi kualitas jasa tersebut kemudian diimplementasikan secara tepat dan komprehensif. Kondisi ini yang akan membantu mewujudkan kepuasan pelanggan *Miss Glam*. Kepuasan pelanggan tercipta karena kualitas dari pelayanan *Miss Glam* sendiri.

Miss Glam telah menjadi salah satu destinasi favorit bagi para pecinta kosmetik di Kota Padang. Toko ini menawarkan beragam produk kosmetik dari berbagai merek ternama, mulai dari produk perawatan kulit hingga *makeup*. Dengan konsep yang menarik dan pelayanan yang ramah, maka *Miss Glam* berusaha memikat hati banyak pelanggan.

Miss Glam telah memiliki banyak pelanggan yang berbelanja di tempat tersebut. Hadirnya *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang memberikan keuntungan bagi pelanggan karena ketersediaan pelayanan di setiap tempat merupakan harapan bagi pelanggan. Di sisi lain, kondisi tersebut akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat bagi toko kosmetik seperti, *Deluna*, *Makeup Bliss*, dan lain sebagainya. Manajemen *Miss Glam* melakukan perubahan dalam hal mutu pelayanan dan ketersediaan produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut masalah, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai: **“Analisis Kepuasan atas Dimensi Kualitas Pelayanan *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang.”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: “Bagaimana kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai, yaitu: “Menganalisis kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang.”

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam hal ini dapat dibedakan dalam dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan evaluasi terhadap keunggulan serta manfaat kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulis mengharapkan tugas akhir ini dapat menambah wawasan penulis terkait dengan kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan di masa depan dan dapat mencapai gelar A. Md. pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu *Miss Glam Gunung Pangilun* di Kota Padang dalam meningkatkan kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan. Dengan meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan.

c. Bagi Universitas

Sebagai bahan perpustakaan, bahan acuan, dan bahan rujukan dengan penelitian sejenis lainnya bagi mahasiswa di masa yang akan datang, khususnya dalam bidang kajian kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan yang efektif, serta menjadi referensi bagi mereka yang tertarik untuk memahami dan mengembangkan kualitas pelayanan dalam bidang industri kosmetik.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian lanjutan yang membahas tentang kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas kajian dengan menambahkan metode penelitian yang berbeda agar lebih komprehensif.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reability*)

Toko kosmetik *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang dalam reliabilitasnya dalam memberikan layanan sudah memastikan bahwa produk yang dijual berkualitas, informasi yang diberikan akurat, dan layanan yang diberikan tepat waktu, masih terdapat kesalahan dalam pemesanan dan pembayaran, serta manajemen persediaan yang belum optimal.

2. Daya tanggap (*Resposiveness*)

Daya tanggap merupakan salah satu dimensi penting dalam kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan layanan yang cepat, responsif, dan efektif.

3. Jaminan (*Assurance*)

Memberikan jaminan bahwa karyawan *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai, serta menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan, *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

4. Empati (*Empathy*)

Empati dengan menunjukkan perhatian, kepedulian, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan.

5. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik dengan memperhatikan detail-detail kecil seperti desain interior, kualitas produk, dan sarana prasarana, *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang dapat menciptakan pengalaman belanja yang tak terlupakan bagi pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada reliabilitas (*reliability*), petugas kasir *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang harus lebih teliti dalam pembayaran/memberi kembalian ke pelanggan.
2. Pada daya tanggap (*resposiveness*), untuk menunggu pembayaran pihak *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang perlu menambah tempat pembayaran, agar pelanggan tidak menunggu terlalu lama.
3. Pada jaminan (*assurance*), dalam keadaan toko yang sedang ramai, *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang merasa perlu

penambahan penjaga keliling di dalam toko untuk menghindari pencurian.

4. Pada empati (*empathy*), karyawan *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang perlu mendampingi pelanggan untuk memilih produk yang dibutuhkan.
5. Pada bukti fisik (*tangible*), pihak *Miss Glam* Gunung Pangilun di Kota Padang memberikan tambahan bangku pada sudut ruangan yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1 (1), 129.
- Akmalia, I. (2013). "Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang." *Manajemen Bisnis*, 2 (1), 69. <https://doi.org/10.22219/jmb.v2i1.1485>.
- Apriliani, Alma, et al. (2020) "Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online." *Systematics*, 2 (1).12.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hair Joseph F, Jr., William C., Black Barry J., dan Babin Rolph E. (2014). "Multivariate Data Analysis." *In International Journal of Multivariate Data Analysis*. (Vol. 1, Issue 2). 573.
- Hardiyansyah, H. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Gava Media.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga.184.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Linarwati, M., Fathoni, A., dan Minarsih, M. M. (2016). "Studi Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview dalam Merekrut Karyawan Baru di Bank Mega Cabang Kudus." *Journal of Management*, 2 (2), 1–8.
- Mukarom, Z. dan Laksana, M.W. (2015) *Manajemen Pelayanan Publik*. Edited by B. Ahmad. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Mukhid, A. (2021). "Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif." *Jakad Media Publishing*.
- Ong, J. O., dan Pambudi, J. (2014). "Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO)." *IX* (1), 1–10.
- Prabantari, Bertilla Vanessa Kusuma. (2020) "Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta." *TRANSAKSI* 12.1: 25.

- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., dan Abdul Khannan, M. S. (2019). "Penerapan Metode Service Quality (Servqual) untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan." *Opsi*, 12 (1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>.
- RI, B. P. (2019). *Laporan Tahunan BPOM RI 2018*. 4 (1), 1–23. [https://www.pom.go.id/storage/sakip/LAPTAH BPOM TAHUN 2018 - 08102019.pdf](https://www.pom.go.id/storage/sakip/LAPTAH_BPOM_TAHUN_2018_-_08102019.pdf).
- Sally, Baron W. (2004). "The empathy quotient: An Investigation of Adults with Asperger Syndrome or High Functioning Autism, and Normal Sex Differences." *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 34 (2).164.
- Sekaran, U. dan R. B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan PengembanganKeahlian*. Edisi 6. 130.
- Selvia. (2022). "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (4), 320. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43797>.
- Supriyati, S., dan Dicky Muhamad Rizky. (2018). "Model Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Budidaya Perikanan Berbasis SAK EMKM dan Android." *is The Best: Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise*. 3 (2). 301.
- Yudita, Muhammad Aldo, and Sugiyono. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10 (10).