

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 12, 2025, P. 715-722
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18307568>

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Batik Busak Uwe

Analysis of the Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction at Batik Busak Uwe

Sudarto¹, Abd. Salam Arsyad Putra²

^{1,2}Universitas Borneo Tarakan

e-mail: sudarto@borneo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Batik Busak Uwe di Kalimantan Utara. Kualitas pelayanan dan produk merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam industri batik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei, di mana data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada pelanggan Batik Busak Uwe. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Secara khusus, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas produk. Temuan ini menunjukkan pentingnya bagi Batik Busak Uwe untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and product quality on customer satisfaction at Batik Busak Uwe in North Kalimantan. Service quality and product quality are two important factors that can influence the level of customer satisfaction in the batik industry. The method used in this study is a quantitative approach with a survey design, in which data were collected using questionnaires distributed to customers of Batik Busak Uwe. The data analysis technique employed was multiple linear regression to examine the relationship between the independent variables (service quality and product quality) and the dependent variable (customer satisfaction). The results show that service quality and product quality significantly affect customer satisfaction. In particular, service quality has a greater influence on customer satisfaction than product quality. These findings indicate the importance for Batik Busak Uwe to continuously improve service quality and product quality in order to enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *service quality, product quality, customer satisfaction*

Article Info

Received date: 25 Desember 2024

Revised date: 15 Januari 2025

Accepted date: 20 Januari 2025

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini semakin pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sandang, pangan, teknologi, dan berbagai kebutuhan lainnya. Hal ini menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin ketat, dengan masing-masing berupaya memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam proses tersebut, banyak individu yang terjebak dalam mengejar keuntungan materi, yang terkadang mengabaikan norma-norma sosial dan kemanusiaan. Dalam upaya memenuhi kebutuhan yang terus berkembang, banyak orang yang menjalin kerja sama dalam dunia bisnis. Bisnis atau usaha telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, di mana membangun sebuah usaha jangka panjang yang sukses dan menguntungkan menjadi tujuan utama para pengusaha (Kotler & Keller, 2016). Namun, dalam menjalankan bisnis, terdapat beberapa faktor pendukung yang sangat penting, seperti modal, kualitas sumber daya manusia, dan yang tak kalah penting adalah konsumen (Rangkuti, 2006).

Saat ini, dunia bisnis pakaian berkembang dengan sangat pesat, mencakup berbagai jenis usaha dan produk. Di sektor ini, para produsen berupaya keras untuk terus menciptakan dan mempertahankan basis pelanggan yang setia. Dengan semakin banyaknya pesaing yang hadir, setiap produsen dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan langkah penting untuk merancang strategi pemasaran yang tepat serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, perhatian terhadap kualitas produk dan pelayanan menjadi faktor utama untuk menjaga kepuasan konsumen (Tjiptono, 2007).

Salah satu sektor yang terus berkembang dalam industri sandang adalah batik. Batik, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, kini semakin berkembang, tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga dikenal di dunia internasional. Awalnya, batik diproduksi secara rumahan, namun kini telah berkembang menjadi industri yang dapat memperkenalkan Indonesia di kancah global. Batik memiliki nilai seni yang sangat tinggi, dan menjadi bagian dari budaya Indonesia, khususnya bagi suku Dayak di Kalimantan Utara. Kalimantan Utara sendiri dikenal dengan produk kain tenunannya, meski tradisi batik baru mulai berkembang di daerah ini. Motif batik yang dihasilkan oleh para pengrajin setempat terinspirasi dari kekayaan budaya suku Dayak, yang menggambarkan filosofi hidup dan kearifan lokal (Siregar & Syafii, 2020).

Salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang batik di Kalimantan Utara adalah Batik Busak Uwe. Batik ini terkenal dengan ukiran khas Dayak yang memiliki nilai estetika tinggi, serta teknik pembuatan yang memerlukan keterampilan dan ketelitian. Berdiri sejak tahun 2014, Batik Busak Uwe telah menghasilkan berbagai produk unggulan yang mendesain pakaian dengan ciri khas Malinau, Kalimantan Utara. Produk yang ditawarkan meliputi batik cap, batik tulis, serta pakaian batik pria dan wanita, yang masing-masing memiliki desain unik dan kualitas tinggi (Admin Batik Busak Uwe, 2023).

Namun, meskipun Batik Busak Uwe dikenal dengan kualitas produk yang cukup baik, beberapa kendala mulai muncul. Berdasarkan observasi awal, beberapa konsumen mengeluhkan produk dengan warna batik yang cepat pudar atau sedikit kesalahan pada jahitan, yang mengurangi tingkat kepuasan mereka. Selain itu, jumlah produk yang terbatas menjadi tantangan tersendiri, karena tidak dapat bersaing dengan toko pakaian lain yang menawarkan lebih banyak pilihan yang lebih menarik bagi konsumen, terutama generasi muda (Ferdinand, 2014).

Data yang tercatat menunjukkan penurunan jumlah pengunjung Batik Busak Uwe sejak 2022, meskipun ada lonjakan pada tahun 2021 berkat partisipasi dalam event nasional Indonesian Sharia Economic Festival (ISEF). Hal ini menandakan adanya kesulitan bagi Batik Busak Uwe untuk mempertahankan minat pelanggan yang terus berkembang. Menghadapi kompetisi yang semakin ketat, Batik Busak Uwe perlu mengevaluasi kembali strategi pemasaran dan kualitas produk yang ditawarkan agar dapat bersaing lebih baik di pasar (Simamora, 2019).

Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam menentukan apakah konsumen akan terus membeli produk dari usaha tersebut. Menurut Saladin (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Dalam dunia bisnis, kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah dua faktor yang saling terkait yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara kualitas pelayanan yang baik akan memperkuat citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus pada kedua aspek ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada loyalitas pelanggan (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Batik Busak Uwe di Kalimantan Utara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengelola

usaha batik untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk, serta untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Batik Busak Uwe di Kalimantan Utara. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antar variabel secara numerik dan menganalisis data secara objektif (Sugiyono, 2016).

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang dapat mengidentifikasi dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan Batik Busak Uwe.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berbelanja di Batik Busak Uwe pada tahun 2023-2024. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti pelanggan yang telah membeli produk batik lebih dari satu kali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang memenuhi kriteria tersebut. Pemilihan jumlah sampel ini didasarkan pada pertimbangan untuk mendapatkan data yang representatif dan dapat menggambarkan persepsi pelanggan secara umum.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner yang terdiri dari tiga bagian:

1. Kualitas Pelayanan, Diukur dengan menggunakan 5 indikator, yaitu sikap ramah, ketepatan waktu, kesediaan membantu, kecepatan pelayanan, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.
2. Kualitas Produk, Diukur dengan 5 indikator, yaitu desain produk, bahan baku, keawetan produk, kesesuaian dengan ekspektasi pelanggan, dan nilai estetika.
3. Kepuasan Pelanggan, Diukur dengan menggunakan 5 indikator, yaitu tingkat kepuasan keseluruhan, kesesuaian produk dengan harapan, keinginan untuk membeli lagi, kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain, dan loyalitas terhadap merek Batik Busak Uwe.

Setiap item dalam kuesioner diukur dengan skala Likert 5 poin, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Kuesioner ini disusun berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya yang relevan (Parasuraman et al., 1988).

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, yang digunakan untuk menguji pengaruh simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Analisis regresi linier berganda dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan produk) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara terpisah maupun bersama-sama (Ghozali, 2016).

Uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan dan mengukur apa yang dimaksudkan. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi product moment, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal dari kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 97 responden yang merupakan konsumen Batik Busak Uwe, yang berasal dari Kabupaten Malinau, berusia minimal 17 tahun, dan telah melakukan pembelian minimal dua kali di Batik Busak Uwe. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan Purposive Sampling. Tabel berikut menunjukkan rincian hasil penyebaran kuesioner yang dapat diolah.

Tabel 1: Profil Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	65	67%
Laki-laki	32	33%
Usia		
19 - 30 tahun	46	47,40%
31 - 40 tahun	24	24,70%
41 - 50 tahun	15	15,50%
51 - 60 tahun	12	12,40%
Pekerjaan		
Mahasiswa/Pelajar	6	6,20%
Karyawan	19	19,60%
Wiraswasta	4	4,10%
Wirausaha	0	0%
Lainnya	68	70,10%
Penghasilan per Bulan		
<Rp. 1.000.000	12	12,40%
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	21	21,60%
Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	56	57,70%
Rp. 5.500.000 - Rp. 7.000.000	8	8,20%
Total	97	100%

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti, 2024

Tabel di atas memberikan gambaran menyeluruh mengenai profil responden yang mengikuti penelitian ini, mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, hingga penghasilan mereka. Dengan demikian, kita bisa mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai karakteristik konsumen Batik Busak Uwe yang menjadi subjek penelitian.

Hasil Uji Validitas dan Hipotesis

Semua indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terbukti valid, dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Batik Busak Uwe. Nilai t hitung untuk kualitas pelayanan adalah 6,931, yang lebih besar dari t tabel 1,984, dengan nilai sig 0,000 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis pertama diterima. Demikian juga, kualitas produk berpengaruh signifikan dengan t hitung 3,807 dan nilai sig 0,000 ($p < 0,05$), yang mendukung hipotesis kedua.

Tabel 2: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hubungan	B	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0,575	6,931	1,984	0,000	Terdukung
Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	0,276	3,807	1,984	0,000	Terdukung

Sumber: Data Primer yang diolah oleh peneliti, 2024

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $B = 0,575$ dan $t \text{ hitung} = 6,931$, yang lebih besar dari $t \text{ tabel} = 1,984$, serta $\text{Sig.} = 0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Dalam konteks Batik Busak Uwe, responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, seperti kesiapan dalam melayani, keramahan, dan pelayanan yang tepat waktu, sangat baik. Indikator yang mendapat skor tertinggi adalah "Batik Busak Uwe memiliki lokasi yang strategis" dan "Karyawan sigap dalam melayani setiap keluhan atau permintaan pelanggan", yang menunjukkan bahwa aspek lokasi dan pelayanan langsung menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penemuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan mereka. Oleh karena itu, Batik Busak Uwe perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal interaksi karyawan dengan pelanggan dan kecepatan dalam melayani, untuk memastikan pelanggan merasa dihargai dan puas.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kualitas produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai $B = 0,276$ dan $t \text{ hitung} = 3,807$, yang lebih besar dari $t \text{ tabel} = 1,984$, serta $\text{Sig.} = 0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk, meskipun memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan kualitas pelayanan, tetap berperan penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Hasil ini mencerminkan pentingnya kualitas produk dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Beberapa indikator produk yang dinilai sangat baik oleh responden adalah "Batik yang tersedia di Busak Uwe dapat diandalkan kualitasnya" dan "Baju batik Busak Uwe sangat baik kualitasnya dan ketahanannya terjamin", dengan rata-rata skor yang tinggi (4,38).

Namun, meskipun sebagian besar responden menilai kualitas produk Batik Busak Uwe sangat baik, ada satu pernyataan yang mendapatkan penilaian lebih rendah, yakni "Kualitas baju batik yang tersedia di Busak Uwe lebih bagus daripada toko lainnya", yang mendapatkan skor rata-rata 3,43. Ini menunjukkan bahwa meskipun produk Batik Busak Uwe memiliki kualitas yang baik, pelanggan masih merasakan bahwa toko lain menawarkan produk dengan kualitas serupa. Hal ini menunjukkan bahwa Batik Busak Uwe perlu memperhatikan keunikan produk dan berusaha untuk terus meningkatkan kualitas produk agar bisa lebih bersaing dengan toko batik lainnya di Malinau. Penemuan ini mendukung teori Parasuraman et al. (1988), yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi akan memenuhi ekspektasi pelanggan dan menciptakan kepuasan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka. Oleh karena itu, Batik Busak Uwe perlu fokus pada peningkatan kualitas produk, baik dari segi bahan baku, desain, maupun ketahanannya.

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kualitas produk secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{Sig.} = 0,000$, yang lebih kecil dari $0,05$, yang

menunjukkan bahwa kedua variabel ini berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mendukung teori Zeithaml et al. (1990), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dua faktor utama: kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kedua faktor ini bekerja bersama-sama untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan.

Dengan hasil ini, Batik Busak Uwe disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan serta kualitas produk mereka agar dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik dan memuaskan bagi pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan yang melibatkan interaksi langsung dengan pelanggan dan peningkatan kualitas produk yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan akan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Tantangan dan Saran untuk Batik Busak Uwe

Meskipun kualitas pelayanan dan produk Batik Busak Uwe mendapat penilaian yang sangat baik, ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keluhan terkait dengan produk yang kurang memiliki keunikan dibandingkan dengan produk batik dari toko lain. Untuk itu, Batik Busak Uwe perlu berinovasi dalam desain dan kualitas produk, serta meningkatkan variasi produk yang ditawarkan, agar lebih menarik bagi pelanggan, terutama generasi muda. Selain itu, Batik Busak Uwe juga harus mempertimbangkan untuk meningkatkan pemasaran dan memperluas jangkauan pasarnya agar dapat bersaing dengan toko batik lainnya yang memiliki lebih banyak pilihan produk.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Busak Uwe di Kalimantan Utara. Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang besar dan positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan karyawan yang memberikan pelayanan cepat, ramah, dan sigap dalam melayani keluhan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang tercapai. Hal ini sejalan dengan temuan yang menyarankan agar Batik Busak Uwe terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Selain itu, kualitas produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun pengaruhnya sedikit lebih kecil dibandingkan kualitas pelayanan. Produk dengan bahan yang berkualitas, desain yang menarik, dan ketahanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas mereka. Namun, perlu dicatat bahwa meskipun produk Batik Busak Uwe sudah baik, masih ada tantangan dalam hal keunikan produk yang harus terus ditingkatkan agar dapat bersaing dengan toko batik lainnya yang menawarkan produk serupa.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua faktor ini saling melengkapi dan memberikan dampak yang besar bagi pengalaman berbelanja pelanggan. Oleh karena itu, Batik Busak Uwe perlu memastikan kedua aspek ini diterapkan dengan baik dan berkelanjutan. Peningkatan kualitas pelayanan, seperti melalui pelatihan karyawan, serta peningkatan variasi dan kualitas produk, akan membantu Batik Busak Uwe untuk lebih bersaing di pasar yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyarankan agar Batik Busak Uwe tidak hanya fokus pada kualitas pelayanan dan produk secara terpisah, tetapi juga meningkatkan keduanya secara bersamaan. Dengan peningkatan yang berkelanjutan pada kedua aspek tersebut, Batik Busak Uwe dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas mereka, serta memperluas pangsa pasar, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung mencari produk berkualitas dan berinovasi.

REFERENSI

- Afnina, S. (2018). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada industri fashion di Jakarta*. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 22(3), 115-125.
- Admin Batik Busak Uwe. (2023). *Data produk dan pengunjung toko Batik Busak Uwe*.
- Ferdinand, A. (2014). *Manajemen pemasaran* (Edisi Revisi). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henri, N. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kerajinan di Bali*. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 85-92.
- Ibrahim, M. (2019). *Kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam industri ritel di Surabaya*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 27(4), 234-245.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rangkuti, F. (2006). *Strategi pemasaran: Pengantar konsep dan aplikasi dalam dunia bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, S. (2003). *Manajemen pemasaran* (Edisi Revisi). Salemba Empat.
- Simamora, B. (2019). *Pemasaran strategis dalam persaingan bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Slamet, H., & Hatmawan, K. (2020). *Metode analisis data dalam penelitian sosial dan ekonomi*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Edisi Ketiga). Andi.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press.
- Aydin, S. (2018). *Service quality, customer satisfaction, and loyalty in retail business*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42(1), 45-52.
- Brown, S. W., & Swartz, T. A. (1989). *A gap analysis of customer expectations and perceptions of service quality*. *Journal of Marketing*, 53(1), 29-41.
- Chien, C. T., & Chou, S. W. (2009). *Customer satisfaction and service quality in the airline industry*. *Journal of Travel Research*, 47(1), 106-115.
- Jain, V., & Sinha, P. (2017). *Exploring customer satisfaction: Insights from retail sector*. *International Journal of Marketing Studies*, 9(3), 125-133.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). Pearson Education.
- Mulyadi, D. (2015). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada sektor ritel di Bandung*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 56-62.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Yusof, M. S. (2016). *Pemasaran produk fashion di Indonesia: Analisis kepuasan pelanggan*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 78-89.