

PENGARUH TATA LETAK PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO BLOODS INDUSTRIES KOTA PASURUAN

Muhammad Iqbal *¹
Ratna Putdyaningsih ²
Vita Fibriyani ³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan.

*e-mail: muhhhh.iqbal@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com², vita fibriyani@gmail.com³

Abstrak

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah keluhan pelanggan terkait penataan produk yang membingungkan dan pelayanan staf yang kurang responsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tata letak produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bloods Industries Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 65 responden yang merupakan pelanggan Bloods. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata letak produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi Uji F sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,630, yang berarti kedua variabel bebas menjelaskan sebesar 63% variasi dalam kepuasan pelanggan. Secara parsial, Uji T menunjukkan bahwa variabel tata letak produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik tata letak produk maupun kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Bloods Industries

Abstract

The phenomenon underlying this research is customer complaints regarding confusing product layout and unresponsive staff service. This study aims to analyze the influence of product layout and service quality on customer satisfaction at the Bloods Industries Store in Pasuruan City. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire distributed to 65 respondents who are Bloods customers. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis to determine the influence of each independent variable on the dependent variable. The results of the study indicate that product layout and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction, as indicated by the F-test significance value of $0.000 < 0.05$ and the R^2 coefficient of determination value of 0.630, which means that both independent variables explain 63% of the variation in customer satisfaction. Partially, the T-test shows that the product layout variable has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$, and the service quality variable also has a significant effect with a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus, it can be concluded that both product layout and service quality simultaneously and partially have a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Product Layout, Service Quality, Customer Satisfaction, Bloods Industries

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis ritel yang semakin kompetitif, terutama di sektor fashion yang terus berkembang secara dinamis, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menyediakan produk yang menarik, tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memuaskan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan, karena pelanggan yang puas cenderung lebih loyal dan berpotensi merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Objek penelitian kali ini adalah Bloods Industries di Kota Pasuruan. Toko yang terletak di

Jalan Pahlawan No.44C-44D merupakan salah satu toko fashion streetwear yang cukup populer di kalangan remaja dan dewasa muda. Toko ini pertama kali mulai beroperasi di Kota Pasuruan mulai tanggal 23 Februari 2022.

Bloods Industries sendiri memiliki banyak cabang yang tersebar di banyak Kota di Indonesia. Toko ini menyediakan berbagai kebutuhan fashion mulai dari anak-anak hingga dewasa. Barang yang dijual juga sangat lengkap mulai dari kaos, celana, kemeja, jaket, tas, sandal, sepatu, serta berbagai macam aksesoris seperti topi, ikat pinggang, dan berbagai aksesoris lainnya.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dari beberapa pelanggan, pelanggan mengeluhkan adanya tata letak produk yang kurang terorganisir dan membingungkan yang menyebabkan pelanggan kesulitan mencari produk yang diinginkan. Pelanggan juga menambahkan staf toko terlihat kurang ramah dan terkesan kurang aktif dan tanggap dalam menghadapi pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi fokus utama bagi peneliti dengan harapan agar pelanggan mencapai tingkat kepuasan yang menyebabkan pelanggan merasa nyaman, membuat minat berkunjung kembali, dan juga ketersediaan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil dari berbagai faktor yang saling berinteraksi. Dua faktor utama yang berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks ritel modern adalah tata letak produk dan kualitas pelayanan. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana kedua aspek ini memengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan sangat penting untuk pengelolaan toko yang efektif.

Salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang baik adalah tata letak produk. Penataan produk yang baik dapat memudahkan pelanggan dalam menemukan barang yang mereka butuhkan, sekaligus menciptakan suasana belanja yang menyenangkan. Sebaliknya, tata letak yang membingungkan atau tidak terorganisir dapat mengurangi kenyamanan dan berujung pada menurunnya kepuasan pelanggan.

Selain penataan produk, kualitas pelayanan juga merupakan aspek penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Di era modern ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek harga atau jenis produk yang ditawarkan, tetapi juga menilai bagaimana mereka diperlakukan selama proses berbelanja. Pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan profesional akan meninggalkan kesan positif yang mendorong pelanggan untuk kembali.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami secara mendalam mengenai kepuasan pelanggan terhadap tata letak toko dan kualitas pelayanan di Toko Bloods Kota Pasuruan, serta bagaimana kedua aspek tersebut membentuk menciptakan pengalaman belanja yang nyaman, menarik, dan memuaskan, sehingga mendorong loyalitas pelanggan serta peningkatan penjualan. Dengan pendekatan kuantitatif, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengelola toko dan memperkaya literatur di bidang manajemen ritel.

KAJIAN TEORI

1. Tata Letak Produk (X1)

Kotler dan Keller (2021:73), penataan produk yang tepat dalam sebuah ruang penjualan mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, menarik perhatian konsumen, serta meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif. Adapun indikator, sebagai berikut.:

- Aksebilitas Produk
- Keterlihatan Produk
- Pengelompokan Produk
- Alur Pergerakan Pelanggan\
- Performa Penjualan Per Zona

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Tjiptono (2019:26), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Adapun indikator Kualitas Pelayanan, sebagai berikut:

- Reliabilitas (*Reliability*)
- Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- Jaminan (*Assurance*)
- Empati (*Empathy*)
- Bukti Fisik (*Tangible*)

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Indrasari (2019:47) mengatakan kepuasan pelanggan adalah kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Adapun indikator Kepuasan Pelanggan, sebagai berikut :

- Kesesuaian Harapan
- Minat Berkunjung Kembali
- Kesiediaan Merekomendasikan

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 60 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan ukuran sampel menggunakan rumus Hair. Pada penelitian ini, variabel Independen yang diuji meliputi Tata Letak dan Kualitas Pelayanan , sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

Kriteria	Nilai	Keterangan
<i>Asymp Sig. (2 tailed)</i>	0,200 ^{c,d}	Residual berdistribusi normal

Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1, hasil menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* ialah $0,20 \geq 0,05$ sehingga bisa dibilang data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

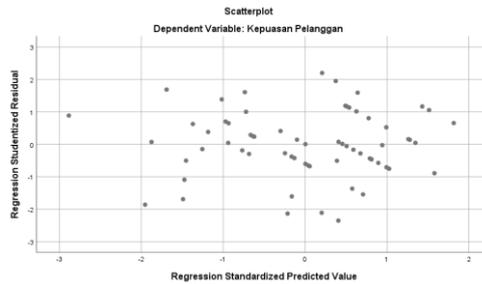
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Tata Letak Produk (X1)	0,537	1.000	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,591	1.000	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas multikolinieritas dapat diketahui nilai *Tolerance Value* ialah $0,861 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,161 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu tata letak produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak terjadi multikolinieritas dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Berdasar atas hasil uji heteroskedastisitas, dapat diperhatikan bahwasanya ZPRED dan SRESID mencerminkan sebaran titik yang bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar secara merata di atasnya dan dibawahnya angka nol pada sumbu Y. bisa diambil simpulan bahwasanya tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Linieritas

Tabel 3
Hasil Uji Linieritas

Hubungan Antar Variabel	Signifikasi		Keterangan
	Deviation from Linearity	Linearity	
Tata Letak Produk (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	0.833	0.05	Hubungan Linear
Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	0.647	0.05	Hubungan Linear

Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat nilai signifikansi pada *deviation of linearity* variabel Tata Letak Produk (X₁) yaitu 0,833 > 0,05 dan pada variabel Kualitas Pelayanan (X₂) yaitu 0,647 > 0,05 yang membuktikan bahwa hubungan Tata Letak Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah linear.

e. Uji Autokorelasi

Pengujian ini tujuannyamenganalisa apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan t-1 (sebelumnya). Pengujiannya untuk data *time series* (data runtun waktu) sehingga data ordinal atau interval tidak wajib memakai uji autokorelasi. Kriteria pengambilan simpulannya:

Kriteria	Keterangan
DW < dL atau DW > 4 - dL	Terdapat autokorelasi.
dU < DW < 4 - dU	Tidak Terdapat Autokorelasi.
dL ≤ DW ≤ dU atau 4 - dU ≤ DW ≤ 4 - dL	Uji Durbin Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin - Watson	dL	dU	4-dL	4-dU
1	2.025	1.5232	1.6561	2.4768	2.3439

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai dw sebesar 2.025. Jika dibandingkan dengan menggunakan nilai signifikansi 5% dan jumlah variabel independen sebanyak 2 variabel. Maka nilai dL pada tabel durbin – Watson diperoleh sebesar 1.5232 dan dU sebesar 1.6561, sedangkan nilai 4-dU yaitu $4 - 2.025 = 2.3439$. maka dapat diperoleh hasil $1.6561 < 2.025 < 2.3439$ yang berarti model regresi ini bebas dari gejala autokorelasi.

2. Analisis Koefisien Determinasi Square (R^2)

Koefisien determinasi atau R Square (R^2) digunakan untuk menjelaskan hubungan pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Semakin besar nilai rsquare maka semakin tinggi variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen.

Dengan dasar pengambilan keputusan koefisien determinasi (R^2) adalah jika nilai R-Square sebesar 0.25 maka dikategorikan lemah, jika nilai R-Square sebesar 0.50 dikategorikan moderat (medium), dan jika nilai R-Square sebesar 0.75 dikategorikan kuat.

Tabel 5
Hasil Uji R Square

Variabel Independen	Variabel Dependen	R Square	Adjusted R2
Tata Letak Produk (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,641	0,63
Kualitas Pelayanan (X2)			

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) , dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi R^2 mencapai 0,630 atau 63%. Hal tersebut disimpulkan bahwasanya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh tata letak produk dan kualitas pelayanan sebesar 63%, sedangkan sisanya 37% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F mencerminkan apakah semua variable independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Hasil Uji F (Uji Signifikansi secara Simultan)

Variabel Independen	Variabel Dependen	f_{hitung}	f_{tabel}	Sig.	Keterangan
Tata Letak Produk (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	55,447	3,145	0,000	$H_1(1)$ Diterima
Kualitas Pelayanan (X2)					

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (diolah)

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan menunjukkan bahwa hasil uji simultan dengan nilai F_{hitung} sebesar 55,447 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,145 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H_1 diterima. Dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel tata letak produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independent terhadap variabel dependen, yang artinya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 7
Hasil Uji t (Uji Signifikansi Secara Parsial)

Variabel Independen	Variabel Dependen	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Tata Letak Produk (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	7,060	1,998	0,000	H ₁ (2) Diterima
Kualitas Pelayanan (X2)		7,773	1,998	0,000	H ₁ (3) Diterima

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa hasil uji pengujian hipotesis tata letak produk (X1) menyatakan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H₂ diterima. Dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel tata letak produk terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Hasil uji pengujian hipotesis kualitas pelayanan (X2) menyatakan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H₃ diterima. Dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.

PEMBAHASAN PENELITIAN**1. Pengaruh Tata Letak Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, terbukti bahwa variabel tata letak produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian secara simultan terhadap variabel independent, yaitu tata letak produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), menunjukkan bahwa keduanya secara bersama – sama berdampak signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada toko Bloods Industries Kota Pasuruan. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 55.447 dan nilai F_{tabel} sebesar 3.145 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. oleh karena itu, H₁ diterima dan H₀ ditolak. Dapat disimpulkan, variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen secara bersama – sama atau simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi dan Kerjasama Tim adalah faktor penting dalam meningkatkan kinerja karyawan belikopi. Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang mempunyai relevansi terluas di dalam memfungsikan setiap kelompok, organisasi atau masyarakat Thoha (2014:185). komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman karyawan terhadap pekerjaannya, mengurangi ketidaknyamanan kerja, dan meningkatkan motivasi kerja, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja Robbins & Judge (2019: 47). Penelitian sebelumnya dari Walda dkk (2025) dan Lara dkk (2025) menunjukkan bahwa hubungan antara Komunikasi terhadap kinerja menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

Berdasarkan uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pengaruh tata letak produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor pendorong terhadap kepuasan pelanggan di Toko Bloods Industries Kota Pasuruan. Tata letak produk yang didukung dengan aksesibilitas produk, keterlihatan produk, pengelompokan produk, alur pergerakan pelanggan, dan performa penjualan per zona. Bundling produk, ketersediaan produk serta penataan (display) produk yang rapi dan sesuai akan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, meningkatkan daya tarik visual produk, serta menciptakan kedekatan emosional antara pelanggan dan merek. Hal ini dapat mendorong keputusan pembelian secara langsung, memperkuat loyalitas konsumen, dan meningkatkan frekuensi kunjungan ke toko. Di sisi lain,

kualitas pelayanan didukung reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan juga bukti fisik membuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan memberikan kemudahan dalam proses pembelian tanpa batasan waktu dan tempat. Dengan demikian, keselarasan antara tata letak produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menjadi faktor utama untuk mendapatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

2. Pengaruh Tata Letak Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa variabel tata letak produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (Uji t) dengan hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya hasil ini menunjukkan bahwa variabel tata letak produk berpengaruh secara signifikan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa semakin baik tata letak produk akan membuat pelanggan merasa terbantu dan mendapatkan kepuasan dalam melakukan kunjungan dalam toko. Dalam hal ini, Tata letak produk yang didukung dengan aksesibilitas produk, keterlihatan produk, pengelompokan produk, alur pergerakan pelanggan, dan performa penjualan per zona. Bundling produk, ketersediaan produk serta penataan (display) produk yang rapi dan sesuai akan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, meningkatkan daya tarik visual produk, serta menciptakan kedekatan emosional antara pelanggan dan merek. Hal ini dapat mendorong keputusan pembelian secara langsung, memperkuat loyalitas konsumen, dan meningkatkan frekuensi kunjungan ke toko Bloods Industries Kota Pasuruan. Dengan demikian, tata letak produk merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan, baik secara langsung di toko fisik.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (Uji t) dengan hasil nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan.

Berdasarkan hasil uraian dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam kunjungan ke toko. Dalam hal ini, kualitas pelayanan yang didukung dengan reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan juga bukti fisik membuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan memberikan kemudahan dalam proses pembelian tanpa batasan waktu dan tempat dalam toko Bloods Industries Kota Pasuruan. Namun, penting untuk terus dilakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan agar tercipta hasil yang lebih baik dan optimal. Dengan demikian, kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan kinerja layanan, dan perlu terus ditingkatkan untuk menjaga serta memperkuat hubungan dengan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Offline dan Online memiliki pengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan Produk pada Distro Realizm87 Kota Pasuruan.

1. Secara simultan, kedua variabel yaitu tata letak dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bloods Industries Kota Pasuruan .
2. Tata letak produk secara parsial memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bloods Industries Kota Pasuruan.
3. Kualitas pelayanan secara parsial memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bloods Industries Kota Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. H., & Sriyanto, D. (2023). Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Aroma Bakery and Cake Shop Karya Jaya). *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(4).
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Chaniago, H., Setiawan, A., & Harahap, R. (2019). *Pengantar Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2018). *Visual Merchandising untuk Toko Retail Fashion*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Hampshire: Cengage Learning.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Zifatama.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Global ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2023). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th Global ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahira, Prasetyo, H., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, R. A., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Tata Letak Toko terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2).
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), September.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. (2017). Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada Ritel Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono & Susanto, A. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sudjana, N. (2015). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sumarwan, U. (2022). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Revisi). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat