

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BACHISS MART DI KABUPATEN PINRANG

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT BACHISS MART IN PINRANG REGENCY

Marni Yuliarni¹, Nurhapsa², Edi Kurniawan³
Prodi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Parepare
marniyuliarni03@gmail.com
hapsa_faktan@yahoo.co.id
kurniawan87mj@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to 1. Analyze partially the influence of physical evidence, reliability, assurance, empathy, and responsiveness on customer satisfaction with Bachiss Chips in Pinrang Regency. 2. Simultaneously analyze the influence of physical evidence, reliability, assurance, empathy, and responsiveness on customer satisfaction with purchasing Bachiss Chips in Pinrang Regency. This research uses a quantitative descriptive research design with data collection techniques through observation, questionnaires, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the variables that significantly influence customer satisfaction partially are physical evidence, responsiveness, assurance, empathy and reliability. Simultaneously, physical evidence, responsiveness, assurance, empathy, and reliability variables also significantly influence satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Bachiss Mart, Multiple Linear Regression*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1. Untuk menganalisis secara parsial pengaruh bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Keripik *Bachiss* di Kabupaten Pinrang. 2. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh faktor bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan memiliki pengaruh secara Parsial terhadap kepuasan konsumen membeli Keripik *Bachiss* di Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen adalah bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati, dan kehandalan dan secara simultan variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan juga berpengaruh secara signifikan.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Bachiss Mart, Regresi Linear Berganda*

PENDAHULUAN

UMKM di Pinrang mencakup berbagai sektor, namun, salah satu produk unggulan yang menonjol adalah Keripik pisang sebagai produk tradisional telah mengalami transformasi menjadi komoditas bisnis yang menarik di pasar lokal dan tingkat nasional. Keberhasilan dan tantangan UMKM, terutama yang terkait dengan produksi dan pemasaran keripik pisang, menjadi inti dari penelitian ini yaitu Keripik pisang *Bachiss* yang mudah didapat dan harga terjangkau. *Bachis* adalah salah satu keripik pisang yang nangkring di rak Alfamart sejak tahun 2021 lalu. Kini *bachis* menuai hasil manis dari penjualannya di Alfamart.

Lingkungan yang penuh persaingan ini, penelitian akan mencari pemahaman tentang strategi bisnis yang diimplementasikan oleh Keripik *Bachiss* untuk mempertahankan dan meningkatkan pasar mereka. Melihat tren penjualan atau kinerja produk keripik *Bachiss* di pasar lokal Kabupaten Pinrang

dapat memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika terdapat peningkatan atau penurunan signifikan dalam penjualan produk, hal ini dapat menjadi indikator kuat tentang keberhasilan atau kegagalan strategi pelayanan perusahaan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Keripik *Bachiss* menjadi titik sentral penelitian ini. Pelayanan yang berkualitas menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap merek dan produk. Oleh karena itu, penelitian ini akan mendalami untuk mengidentifikasi elemen-elemen kualitas pelayanan yang dianggap signifikan oleh konsumen dalam hal ini keripik pisang *Bachiss* di Pinrang.

Namun, keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan tetapi juga pada sejauh mana konsumen merasakan kepuasan. Pemahaman tentang kepuasan konsumen menjadi fokus penting dalam upaya meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, penelitian ini akan merinci bagaimana kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Keripik *Bachiss* memengaruhi kepuasan konsumen, memperkuat hubungan pelanggan dan meningkatkan citra merek.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai Mei 2024 di Jl. R. E. Martadinata, Kec. Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli Keripik *Bachiss* Kabupaten Pinrang dan jumlah sampelnya adalah sebanyak 60. Penelitian ini menggunakan desain penelitian berupa Deskriptif dan mengolah data menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam tahap pengumpulan data penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut : Observasi, Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian diantaranya pengambilan data kuisisioner menggunakan Skala Likert serta olah data dengan Analisis Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validasi Instrumen

Uji Validitas Instrumen ialah uji yang digunakan untuk mengukur tingkat efektifnya suatu alat ukur untuk memperoleh data. Biasa digunakan untuk mengukur seberapa efisien suatu kuesioner untuk memperoleh data. Lebih tepatnya untuk pernyataan-pernyataan kuesioner (Janna dan Herianto, 2021). Pengujian validitas ini menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor. Uji Validitas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini valid, yang ditunjukkan dengan nilai masing-masing item pernyataan memiliki nilai *pearson correlation* positif dan nilai besar dan pada nilai r_{tabel} 0,254 (Uji Dua Arah). Dari seluruh pernyataan untuk variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) loyalitas konsumen keripik *Bachiss* di *Bachiss Mart* adalah *valid* yang dapat disimpulkan bahwa instrumen pernyataan kuesioner sah dan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reabilitas Instrumen dilakukan untuk menguji apakah data kuisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data-data tiap variabel reliabel atau tidak. Ini juga dilakukan untuk mengukur kecermatan suatu alat hitung dalam melakukan fungsinya (Sugiyono. 2016)

Berdasarkan hasil coba istrumen diperoleh hasil perhitungan reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0, 662	0.254	Reliabel
Daya Tanggap (X2)	0, 752	0.254	Reliabel
Jaminan (X3)	0, 730	0.254	Reliabel
Empati (X4)	0, 733	0.254	Reliabel
kehandalan (X5)	0, 709	0.254	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0, 721	0.254	Reliabel

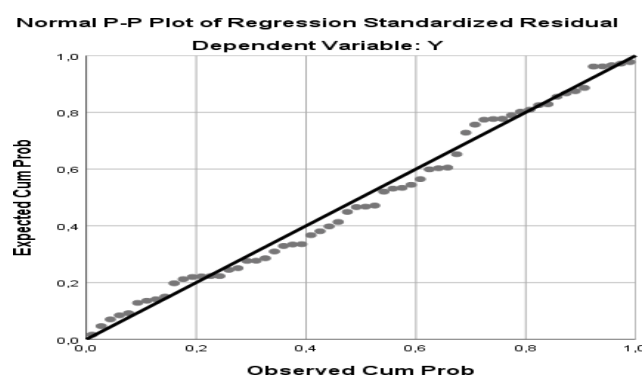
Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan Tabel 1. Bahwa dari Uji Reliabilitas Instrumen yang dihasilkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kehandalan dan Kepuasan Konsumen dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan lebih dari 0,254. Sebagai mana dasar pengambilan keputusan yang dimana apabila nilai *Crombach's Alpha* diatas nilai R tabel maka data tersebut dinyatakan reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut reliabel dan layak dijadikan alat perhitungan.

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan pada sebuah data penelitian untuk mengetahui apakah data penelitian tersebut berdistribusi secara normal dan diambil dari sekumpulan data variabel yang digunakan. Dalam melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan dua cara, yakni dengan uji *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* dan juga melakukan uji dengan *Klomogorov-smirnov*.

Gambar 1. *Normal P-P Plot Of Regression Standarlizied Residual*



Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan Gambar 1. *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* menunjukkan bahwa data plong (titik-titik) berdistribusi secara normal atau mengikuti sumbu diagonalnya. Apabila data plong menyebar dan tidak mengikuti sumbu diagonalnya maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal (Ghozali, 2013 dalam Caissar dkk. 2022).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF atau *variance inflation factors*. Apabila nilai *centered* VIF (*Variance Inflation Factor*). Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Menurut (Ghozali, 2016) tidak terjadi gejala Multikolinieritas jika nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Model	‘Colinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
Bukti Fisik (X1)	0,874	1,145
Daya Tanggap (X2)	0,933	1,072
Jaminan (X3)	0,942	1,062
Empati (X4)	0,991	1,009
kehandalan (X5)	0,945	1,058

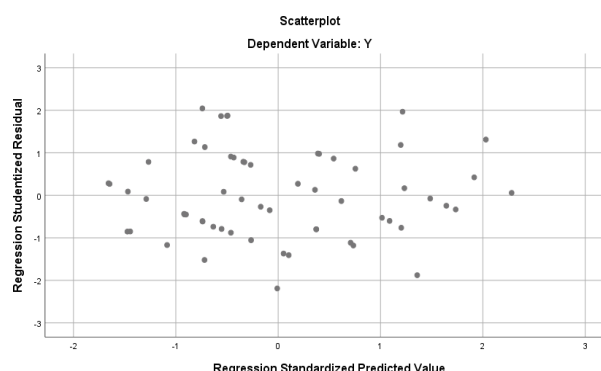
Sumber : Data Primer Diolah 2024

Pada Tabel 2. Uji Multikolinieritas yang dimana menunjukkan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada kelima variabel, ini diperkuat dari nilai VIF yang menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10,00 sehingga dasar pengambilan keputusan menyatakan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk melihat data variabel apakah ada ketidaknyamanan residual antar variabel dari pengamatan yang satu kepengamatan yang lainnya, Menurut (Ghozali, 2013 Dalam Caissar dkk., 2022), tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas apabila tidak terjadi pola yang jelas (memanjang, menyempit, melebar, bergelombang). Pada gambar *Scatter plots* serta titik menyebar dibawah angka 0 sampai Y.

Gambar 1. 2. *Scatterplot*



Sumber : *Data Primer Diolah 2024*

Dari Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 2. *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik tidak menunjukkan pola yang jelas dan cenderung berserakan. Maka dari itu sebagaimana dasar pengambilan keputusan tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Cara untuk mengetahui Analisis Regresi Linear Berganda dengan melihat hasil output pada software *SPSS 25* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized coefficients		T	SIG
	B	Std. Error		
(Constant)	-5,874	4,045	-1,452	0,152
Bukti Fisik (X1)	0,415	0,101	4,100	0,000
Daya Tanggap (X2)	0,197	0,084	2,342	0,023
Jaminan (X3)	0,196	0,093	2,113	0,039
Empati (X4)	0,198	0,086	2,293	0,026
kehandalan (X5)	0,293	0,098	2,979	0,004

Sumber : *Data Primer Diolah 2024*

Model yang digunakan dalam menduga model tersebut adalah

$$y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + e$$

Dari hasil Regresi Linear Berganda pada Tabel output 3. Dapat dirumuskan suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = (-5,874) + (0,415)X_1 + (0,197)X_2 + (0,196)X_3 + (0,198)X_4 + (0,293)X_5 + e$$

Interpretasi dari hasil persamaan tersebut, yaitu :

1. a = Nilai konstanta regresi sebesar -5,874 Menunjukkan besarnya nilai kepuasan konsumen *Bachiss Mart* Kabupaten Pinrang yaitu sebesar -5,875. Jika variabel lain yakni variabel independent bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan sama dengan nol atau bernilai konstan. Ini juga berarti Kepuasan konsumen *Bachiss Mart* Kabupaten Pinrang hanya sebesar -5,875 sebelum adanya faktor eksternal yakni kualitas pelayanan.

2. B1 $X_1 = 0,415$ Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel bukti fisik (X_1). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila bukti fisik (X_1) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,415 dengan asumsi variabel independen yang lain itu konstan. Karena nilai koefisien regresinya positif maka hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian adalah searah.
3. B2 $X_2 = 0,197$ Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel daya tanggap (X_2). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila daya tanggap naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,197 dengan asumsi variabel independen yang lain itu konstan. Karena nilai koefisien regresinya positif maka hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian adalah searah.
4. B3 $X_3 = 0,196$ Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel jaminan (X_3). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila *think* (pikiran) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,196 dengan asumsi variabel independen yang lain itu konstan. Karena nilai koefisien regresinya positif maka hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian adalah searah.
5. B4 $X_4 = 0,198$ Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel empati (X_4). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila *act* (tindakan) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,198 dengan asumsi variabel independen yang lain itu konstan. Karena nilai koefisien regresinya positif maka hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian adalah searah.
6. B5 $X_5 = 0,293$ Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel kehandalan (X_5). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila *relate* (hubungan) naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,293 dengan asumsi variabel independen yang lain itu konstan. Karena nilai koefisien regresinya positif maka hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan keputusan pembelian adalah searah.

Uji T

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh variabel independen dalam model terhadap variabel dependen secara individual. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Untuk menunjukkan pengaruh individual variabel bebas terhadap variabel terikat juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya, hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Output Hasil Uji T

Variabel	Thitung	Nilai sig, table	Batas nilai signifikansi	Keterangan
X1	4,100	0,000	0,05	Berpengaruh signifikan
X2	2,342	0,023	0,05	Berpengaruh signifikan
X3	2,113	0,039	0,05	Berpengaruh signifikan
X4	2,293	0,026	0,05	Berpengaruh signifikan
X5	2,979	0,004	0,05	Berpengaruh signifikan

Sumber : *Data Primer Diolah 2024*

Dari hasil Uji T pada Tabel 1.4. Menunjukkan ada variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Ini juga dapat dilihat dari nilai signifikansi yang dimana batas nilai signifikansi adalah sebesar 0,05 apabila nilai tabel signifikansi lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh secara sendiri-sendiri terhadap variabel keputusan pembelian.

Hipotesis variabel bukti fisik dari hasil uji T maka didapatkan nilai Thitung sebesar 4,100. Nilai signifikansi pada tabel 0,000 yang dimana ini tentunya lebih kecil dari batas nilai signifikansi yakni sebesar 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hipotesis daya tanggap dari hasil uji T maka didapatkan nilai T hitung sebesar 2,342. Selain itu nilai signifikansi pada tabel juga menunjukkan 0,023 yang dimana ini tentunya lebih kecil dari batas nilai signifikansi yakni sebesar 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hipotesis variabel jaminan dari hasil uji T maka didapatkan nilai T hitung sebesar 2,113. Selain itu nilai signifikansi pada tabel juga menunjukkan 0,039 yang dimana ini tentunya lebih kecil dari batas nilai signifikansi yakni sebesar 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hipotesis variabel empati dari hasil uji T maka didapatkan nilai T hitung sebesar 2,293. Selain itu nilai signifikansi pada tabel juga menunjukkan 0,026 yang dimana ini tentunya lebih kecil dari batas nilai signifikansi yakni sebesar 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hipotesis variabel kehandalan dari hasil uji T maka didapatkan nilai T hitung sebesar 2,979. Selain itu nilai signifikansi pada tabel juga menunjukkan 0,004 yang dimana ini tentunya lebih kecil dari batas nilai signifikansi yakni sebesar 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Ini dilakukan melalui analisis regresi uji F simultan dimana dapat kita nilai dengan melihat besaran nilai pada Ftabel. Apabila nilai Fhitung lebih besar dari nilai F tabel maka variabel independent dikatakan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependent, ini diperkuat dengan nilai signifikansi yang dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2016).

Tabel 5. Hasil Uji F

F hitung	Nilai Signifikansi	Batas Nilai Signifikansi
10,190	0.000	0.05

Sumber : *Data Primer Diolah 2024*

Berdasarkan pengambilan keputusan maka apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka dipastikan terdapat pengaruh variable independen terhadap variable dependen yakni keputusan pembelian konsumen, sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh setelah dilakukan pengujian terhadap 60 orang konsumen yang merupakan pembeli atau konsumen dari *bachiss mart* maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen keripik *bachiss* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dimana lebih kecil dari nilai signifikansi yakni sebesar 0,05. Maka dari itu berdasarkan keputusan dimana H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen yakni kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa berpengaruh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yang dapat diindikasikan oleh nilai R-squared (Ghozali, 2016). Cara untuk mengetahui analisis uji koefisien determinasi dengan melihat hasil output pada software SPSS 25. Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk menguji seberapa besar perubahan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, Adapun hasil koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 6.

Tabel 6. Adjusted R Square Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,797	0,685	0,638	1,75901

Sumber : *Data Primer Diolah 2024*

Hasil pengujian Adjusted R Square menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,685 atau 68,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 68,5% kepuasan konsumen oleh bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati, kehandalan Sedangkan sisanya yaitu 31,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel independent.

(Kuncoro, 2013), menyatakan bahwa model ini dilakukan agar kiranya dapat mengetahui seberapa jauh model untuk menjelaskan variabel dependent. Dimana nilai R^2 (R Square) berada di angka 0 dan 1. Jika angka nilai koefisien determinasi mendekati angka 0 maka kemampuan model dalam menjelaskan variabel lemah. Dan apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka 1 maka kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel dikatakan kuat. Tabel 1.6. Menunjukkan bahwa nilai R^2 (R Square) = 0,685 yang dimana memiliki presentase sebesar 68,5%. Maka dapat dikatakan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen memiliki pengaruh yang kuat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan juga analisis data yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t pada analisis kualitas pelayanan Keripik *Bachiss* di *Bachiss Mart* Kabupaten Pinrang yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel bukti fisik, daya, jaminan, empati dan kehandalan. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan terhadap kepuasan konsumen Keripik *Bachiss* di *Bachiss Mart* Kabupaten Pinrang.
2. Berdasarkan uji f pada analisis kualitas pelayanan Keripik *Bachiss* di *Bachiss Mart* Kabupaten Pinrang berpengaruh secara bersama terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat menjadi landasan mendalam tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penjualan keripik *Bachiss* di *Bachiss Mart* dan diharapkan agar tetap mempertahankan kualitas keripik *Bachiss* yang baik untuk proses pemasaran yang lebih baik lagi tentunya.
3. Peneliti selanjutnya dapat memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini, menyempurnakan kekurangan-kekurangan akibat adanya keterbatasan peneliti dalam penelitian ini dan juga memperbanyak jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alviatun Nesa Rizkiani. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Umkm Fotocopy Pelangi Desa Beniwah Kabupaten Tegal. Skripsi. Politeknik Harapan Bersama.Tegal.
- Ariana, 2013. Pengaruh kepemimpinan, kompensasi dan Disiplin kerja Terhadap kinerja karyawan Pada hotel Cendana Resort& Spa Ubud, Gianyar. www.e-jurnal.com/2013/jpmanajemendd130195 diakses tanggal 07 Desember 2020.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, F. W., Riadi, S., & Kholil, M. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan Di PT. X Dengan Metode Service Quality. JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri, 2(1), 28–37.
- Chintya P.P, Y. M. Hasibuan. 2023. Produksi dalam Pandangan Islam (Studi Kasus: UMKM Keripik Pisang Mas Kiki). MAMEN (Jurnal Manajemen). Vol. 2 No. 3

- Chistina Whidya Utami, 2010. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Dermawan Wibisono, Ph.D, 2006, *Manajemen Kinerja*, Erlangga.
- Desta Sulaesih Mursyidah. 2021. Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Showroom X Kota Bandung. *Journal Management, Business, and Accounting* p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262 Vol. 20, No. 3,
- Edison, dkk (2018:117), Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Emba*.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cet, kedua). Bandung: CV. Alfabeta
- Faigah A Badjamal & Maulid Sakaria. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Di Kota Palu Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Kopi Celebest Di Kota Palu . *Jurnal Ekonomi Trend* Vol. 09 No. 01
- Ganang S & Sri Wartini. 2017. Pengaruh Bukti Fisik Dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal* 6 (4)
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Edisi 8). Cetakan Ke Viii. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika*, Edisi Kelima. Mangunsong, R. C. penerjemah. Jakarta: Salemba Empat.
- Janna, N. M., & Herianto, H. 2021. Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Keller, K.L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Erlangga: Jakarta.
- Kuncoro, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitattif Dan R&D*. Penerbit : Erlangga, Jakarta.