

PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN PELANGGAN UMKM MELALUI IMPLEMENTASI SERVICE QUALITY DAN SOP OPERASIONAL

Uning Heri Gagarin¹, Yeni Trisna Purba², Yohanis Rumbiak³
Universitas Efarina, Indonesia^{1,2,3}
Email: b209gg@yahoo.com

Abstrak

Kegiatan PkM ini bertujuan meningkatkan kualitas layanan pelanggan UMKM melalui penerapan konsep service quality dan penyusunan serta implementasi SOP operasional layanan. Permasalahan mitra meliputi layanan yang belum konsisten antar petugas/shift, standar respon pelanggan belum jelas, penanganan komplain belum terstruktur, serta belum adanya indikator layanan. Program dilakukan melalui asesmen kualitas layanan (observasi dan survei singkat), pelatihan dimensi service quality, workshop penyusunan SOP layanan (offline/online), simulasi pelayanan dan komplain, serta pendampingan uji coba implementasi. Luaran utama adalah paket SOP layanan pelanggan, standar komunikasi layanan, form monitoring, serta KPI layanan sederhana. Hasil yang ditargetkan meliputi peningkatan konsistensi layanan, penurunan keluhan berulang, dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Kualitas Layanan Pelanggan, UMKM, Implementasi, Service Quality, SOP*

Abstract

This Community Service Program (PKM) activity aims to improve the quality of MSME customer service through the application of the service quality concept and the preparation and implementation of operational service SOPs. Partner issues include inconsistent service between officers/shifts, unclear customer response standards, unstructured complaint handling, and the absence of service indicators. The program is carried out through service quality assessments (observations and short surveys), service quality dimension training, service SOP development workshops (offline/online), service and complaint simulations, and assistance with implementation trials. The main outputs are a customer service SOP package, service communication standards, monitoring forms, and simple service KPIs. Targeted outcomes include increased service consistency, reduced repeat complaints, and increased customer satisfaction.

Keywords: *Customer Service Quality, MSMEs, Implementation, Service Quality, SOP*

PENDAHULUAN

. UMKM sangat bergantung pada pelanggan tetap dan rekomendasi karena basis pelanggan yang terbentuk dapat menjaga keberlanjutan penjualan. Dalam praktiknya, relasi tersebut bukan hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman pelanggan saat berinteraksi dengan pelaku usaha. Artinya, bagaimana UMKM menyambut pertanyaan, merespons permintaan, menangani transaksi, serta menyelesaikan masalah menjadi penentu kuat terhadap loyalitas pelanggan.

Di sisi lain, pengalaman pelanggan saat ini relatif mudah menyebar dan cepat membentuk persepsi publik. Informasi tentang pelayanan UMKM dapat muncul melalui ulasan di marketplace, aktivitas di media sosial, serta komunikasi instan seperti pesan singkat. Jika pelayanan kurang memuaskan atau tidak berjalan sesuai harapan, dampaknya tidak hanya dirasakan dalam satu transaksi, tetapi juga berpotensi memengaruhi minat calon pelanggan yang melihat jejak ulasan dan komentar tersebut.

Kondisi pelayanan yang tidak konsisten menjadi salah satu persoalan yang sering muncul pada UMKM. Ketika respon terhadap chat berlangsung lama, informasi yang diberikan antar petugas tidak seragam, atau proses transaksi tidak dijalankan dengan cara yang sama, pelanggan akan menangkap adanya

ketidakteraturan dalam layanan. Ketidakkonsistenan ini dapat menurunkan kepercayaan pelanggan karena UMKM dipandang tidak memiliki standar yang jelas dalam melayani permintaan mereka.

Selain itu, penanganan komplain yang belum terstruktur turut memperburuk situasi. Dalam banyak kasus, keluhan pelanggan tidak ditangani secara sistematis, tidak ada alur eskalasi yang jelas, dan keputusan penyelesaian tidak dilakukan dengan rujukan prosedur tertentu. Akibatnya, keluhan berulang dapat terjadi dan pelanggan merasa tidak mendapatkan kepastian, sehingga kepuasan yang semestinya dipulihkan justru semakin menurun.

Masalah lain yang juga relevan adalah belum adanya indikator layanan yang dapat dijadikan acuan evaluasi. Tanpa indikator, UMKM akan kesulitan mengetahui apa yang sebenarnya menjadi titik kritis layanan dan seberapa jauh peningkatan yang terjadi setelah dilakukan perubahan. Ketiadaan KPI juga membuat proses perbaikan cenderung bersifat reaktif, bukan berbasis data, sehingga upaya peningkatan kualitas layanan menjadi kurang terarah.

Melihat tantangan tersebut, penerapan konsep service quality menjadi penting untuk membantu UMKM membangun layanan yang konsisten, terukur, dan mudah dilatihkan kepada karyawan atau petugas baru. Melalui pendekatan dimensi kualitas layanan, UMKM dapat merumuskan standar pada aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik. Standar ini kemudian menjadi pedoman perilaku layanan agar pengalaman pelanggan tidak bergantung pada “siapa” yang sedang bertugas atau “kapan” layanan diberikan.

Namun, standar kualitas layanan saja belum cukup tanpa dukungan prosedur kerja yang jelas. Oleh karena itu, penyusunan dan implementasi SOP operasional layanan diperlukan agar setiap tahapan layanan—mulai dari respon pelanggan, transaksi dan konfirmasi, proses pengemasan dan pengiriman, hingga penanganan komplain dan retur—dapat dijalankan dengan alur yang seragam. SOP juga memungkinkan UMKM mengatur peran PIC, menetapkan standar waktu, dan menentukan bentuk pencatatan yang mendukung pengendalian layanan.

Dengan menggabungkan service quality dan SOP operasional, diharapkan UMKM mampu melakukan perbaikan secara berkelanjutan dan berdampak pada kepuasan pelanggan. Program yang berfokus pada asesmen awal, pelatihan pemahaman dimensi layanan, workshop penyusunan SOP untuk kanal offline dan online, serta simulasi menghadapi komplain akan memperkuat kesiapan UMKM menjalankan standar tersebut. Pada akhirnya, pendekatan ini ditujukan untuk meningkatkan konsistensi layanan, menurunkan keluhan yang berulang, mempercepat penyelesaian masalah, dan membangun reputasi layanan yang lebih baik di mata pelanggan.

LANDASAN TEORI

Kajian literatur tentang peningkatan kualitas layanan pelanggan pada UMKM umumnya berangkat dari pemahaman bahwa kinerja layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam literatur pemasaran jasa, kepuasan sering diposisikan sebagai hasil dari evaluasi pelanggan terhadap pengalaman layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan mereka. Dengan demikian, ketika UMKM mampu memberikan layanan yang sesuai atau melampaui ekspektasi, peluang pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha akan semakin besar. Secara konseptual, kepuasan juga menjadi variabel penting karena berperan sebagai “jembatan” antara kualitas layanan dan dampak bisnis, seperti penjualan berkelanjutan.

Dalam konteks “kualitas layanan”, salah satu rujukan utama adalah model SERVQUAL yang diperkenalkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. SERVQUAL menekankan bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa mencakup beberapa dimensi, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability

(keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi tersebut membantu organisasi—termasuk UMKM—untuk memetakan aspek layanan apa saja yang dinilai penting oleh pelanggan serta mengidentifikasi area yang berpotensi menjadi sumber ketidakpuasan. Literatur lanjutan juga menunjukkan bahwa pengukuran kualitas layanan dapat dipakai sebagai dasar pengelolaan layanan yang lebih terarah, karena kualitas layanan tidak bersifat abstrak, tetapi dapat dievaluasi melalui persepsi pelanggan.

Penelitian dan teori lain menegaskan bahwa kualitas layanan juga memiliki konsekuensi perilaku bagi pelanggan. Zeithaml, Parasuraman, dan Malhotra menjelaskan bahwa kualitas layanan akan membentuk respons pelanggan, baik berupa niat membeli kembali maupun kecenderungan untuk berpindah ke penyedia lain. Dalam praktiknya, bila UMKM tidak konsisten dalam memberikan layanan—misalnya informasi produk tidak seragam, respon lambat, atau komplain tidak diselesaikan—maka pelanggan akan memandang usaha tersebut tidak mampu memenuhi standar layanan. Ketidakmampuan memenuhi standar ini kemudian berpotensi menurunkan reputasi, termasuk melalui ulasan publik yang semakin mudah diakses di kanal digital.

Relevansi layanan untuk UMKM juga makin kuat karena banyak aktivitas usaha kini berjalan melalui kanal elektronik. Literatur e-service quality menguraikan bahwa kualitas layanan pada lingkungan digital memiliki karakter berbeda namun tetap dapat dinilai melalui dimensi layanan. Santos membahas bahwa kualitas layanan elektronik dapat dipetakan pada dimensi-dimensi virtual service yang mencerminkan pengalaman pengguna, sedangkan Zeithaml dkk. mengembangkan skala e-S-QUAL untuk menilai kualitas layanan elektronik secara lebih spesifik. Bagi UMKM, hal ini berarti standar pelayanan tidak hanya berlaku saat pelanggan datang langsung ke toko, tetapi juga saat pelanggan berinteraksi melalui chat, DM, marketplace, maupun layanan pemesanan online yang menuntut kecepatan respons dan kejelasan informasi.

Selain menekankan aspek kualitas sebagai “output layanan”, literatur manajemen proses juga menyoroti pentingnya sistem dan prosedur agar layanan dapat dijalankan secara konsisten. Dalam teori inovasi proses, seperti yang dikemukakan Davenport, perbaikan berkelanjutan memerlukan penataan alur kerja dan pengelolaan aktivitas agar kinerja tidak bergantung pada kondisi sesaat. Deming juga menekankan pendekatan perbaikan berkelanjutan melalui siklus evaluasi-koreksi, yang sejalan dengan ide bahwa layanan perlu diukur dan diperbaiki secara periodik. Pada sisi operasional, konsep standard operating procedure (SOP) dapat dipahami sebagai perangkat untuk mentransformasikan prinsip layanan yang diinginkan (misalnya keandalan dan daya tanggap) menjadi langkah kerja yang terdefinisi, sehingga meminimalkan variasi layanan antar petugas maupun antar shift.

Karena itu, literatur pendukung untuk program seperti implementasi service quality dan penyusunan SOP umumnya menempatkan dua hal sebagai satu kesatuan: standar layanan (berbasis dimensi kualitas) dan mekanisme eksekusi (berbasis SOP serta pengukuran kinerja/KPI). Pengukuran kinerja menurut Neely dan kawan-kawan menekankan bahwa organisasi membutuhkan metrik agar peningkatan kualitas tidak berhenti pada asumsi, melainkan memiliki data untuk mengevaluasi keberhasilan. Dengan kerangka ini, penelitian dan kajian literatur mendukung bahwa UMKM dapat meningkatkan kualitas layanan secara lebih terukur ketika SOP operasional disusun untuk seluruh tahapan layanan (respon, transaksi, pengemasan/pengiriman, komplain/retur) dan diikuti penerapan indikator layanan untuk monitoring hasil.

METODE

Metode penelitian dalam kegiatan PkM ini menggunakan pendekatan evaluasi dan intervensi berbasis service quality yang dipadukan dengan penyusunan serta implementasi SOP operasional layanan. Kegiatan dimulai dengan asesmen awal (baseline) untuk memetakan kondisi kualitas layanan sebelum program berjalan melalui observasi proses layanan, wawancara singkat, serta rekap keluhan/ulasan pelanggan (bila tersedia). Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan titik kritis dalam customer journey, yaitu bagian layanan yang paling sering memicu ketidakpuasan, seperti keterlambatan respons, ketidaksesuaian informasi produk/harga, dan pola penanganan komplain yang kurang konsisten. Hasil baseline kemudian digunakan sebagai dasar penentuan materi pelatihan dan rancangan SOP yang akan disusun.

Selanjutnya, metode pelaksanaan diwujudkan melalui rangkaian intervensi: pelatihan pemahaman

dimensi service quality (dengan penyesuaian agar mudah diterapkan oleh UMKM), workshop penyusunan SOP operasional untuk kanal offline dan online, serta simulasi/role-play menghadapi skenario layanan nyata termasuk komplain. Setelah SOP dan template komunikasi (misalnya skrip salam, template informasi produk, follow-up, dan penanganan maaf-solusi komplain) tersusun, dilakukan pendampingan implementasi melalui uji coba SOP selama 2–4 minggu atau satu siklus bulanan, disertai audit ringan dan koreksi agar SOP dapat dijalankan secara realistis. Tahap evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum–sesudah melalui KPI layanan (misalnya waktu respon awal, tingkat kepatuhan SOP, tingkat komplain per periode, waktu penyelesaian komplain, serta skor ulasan/kepuasan) serta survei kepuasan singkat, sehingga perbaikan layanan dapat dipastikan berlangsung terukur dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PkM menunjukkan bahwa UMKM mitra mengalami perbaikan kualitas layanan pelanggan melalui penerapan konsep service quality dan penguatan prosedur kerja berbasis SOP. Pencapaian utama program adalah tersusunnya paket SOP layanan pelanggan yang mencakup alur layanan pada kanal offline maupun online, beserta perangkat pendukungnya seperti standar komunikasi layanan, template pesan, dan form monitoring. Dengan demikian, proses layanan tidak lagi berjalan hanya berdasarkan kebiasaan individu, melainkan mengikuti standar yang disepakati dan dapat dijalankan secara konsisten oleh seluruh petugas sesuai peran masing-masing.

Dari sisi implementasi standar kualitas layanan, kegiatan berfokus pada penerjemahan dimensi service quality ke dalam praktik operasional yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM. Dimensi reliability diwujudkan melalui kejelasan informasi produk/harga dan konsistensi pemenuhan pesanan, sementara responsiveness diperkuat dengan penetapan standar waktu respon serta mekanisme pembaruan status pesanan. Selanjutnya, assurance dan empathy diterapkan melalui pola komunikasi yang sopan, bahasa yang ramah, penjelasan prosedur yang meyakinkan, serta perhatian pada kebutuhan pelanggan. Pada aspek tangibles, standar diarahkan pada kerapian toko/gerai, tampilan katalog/label, serta kualitas kemasan dan kelengkapan nota, agar bukti fisik layanan mendukung persepsi positif pelanggan.

Hasil lain yang juga menonjol adalah tersedianya template komunikasi untuk berbagai kebutuhan layanan, misalnya salam dan identifikasi kebutuhan pelanggan, penyampaian informasi produk/harga/stock, follow-up terhadap pesanan atau keranjang, serta template permintaan maaf dan solusi saat terjadi komplain. Template ini membantu UMKM menyeragamkan cara berinteraksi sehingga informasi tidak lagi berbeda antar petugas/shift. Di kanal marketplace atau aplikasi pesan instan, template juga berfungsi sebagai panduan praktis agar petugas dapat merespons lebih cepat dan menyelesaikan masalah dengan langkah yang sama, sehingga mengurangi potensi kesalahpahaman dan komplain yang muncul berulang.

KPI layanan kemudian ditetapkan sebagai dasar pengukuran dan evaluasi keberhasilan program. Program menghasilkan rancangan indikator minimalis (3–5 KPI) yang bisa dipilih sesuai kapasitas mitra, meliputi waktu respon awal, konsistensi kepatuhan terhadap SOP, tingkat komplain per periode, waktu penyelesaian komplain hingga “close”, serta skor kepuasan/ulasan pelanggan. Penetapan KPI ini penting karena sebelumnya mitra belum memiliki indikator layanan yang dapat dijadikan acuan. Melalui KPI, UMKM memperoleh arah perbaikan yang lebih jelas, sekaligus memiliki data untuk menilai apakah intervensi yang dilakukan memang menghasilkan perubahan yang diharapkan.

Dalam pembahasan pelaksanaan di lapangan, peningkatan kualitas layanan tampak terutama pada aspek kecepatan respon, kejelasan informasi, dan keteraturan penanganan komplain. Melalui uji coba SOP selama 2–4 minggu atau satu siklus bulanan, dilakukan koreksi sesuai temuan audit ringan dan masukan petugas. Pendampingan juga membantu mitra memperbaiki hal-hal yang dianggap menghambat implementasi, misalnya kebingungan saat menjalankan alur eskalasi komplain atau ketidakterbiasaan melakukan pencatatan log layanan. Karena SOP dipadukan dengan simulasi/role-play, petugas menjadi lebih siap menghadapi skenario nyata seperti pelanggan sulit, kondisi ramai, serta permintaan perubahan/retur.

Meskipun demikian, pelaksanaan program juga menemui kendala umum yang berkaitan dengan keterbatasan SDM dan disiplin pencatatan. Mitra cenderung menghadapi kondisi admin yang merangkap banyak peran, sehingga pencatatan log respon dan komplain belum selalu dilakukan secara

lengkap. Selain itu, sebagian petugas awalnya memandang SOP sebagai beban kerja tambahan. Dalam pembahasan, hambatan ini diatasi melalui penyederhanaan dokumen SOP (dibuat ringkas, termasuk format 1 halaman per proses) serta penerapan checklist SOP harian dan pembagian peran PIC. Selain itu, pencatatan dilakukan dengan cara lebih praktis melalui form monitoring, termasuk log complain dan rekap waktu respon secara sampling agar tetap realistis dijalankan oleh UMKM.

Dari perspektif keberlanjutan, program menekankan bahwa perbaikan kualitas layanan tidak berhenti pada penyusunan dokumen, melainkan perlu siklus evaluasi rutin. Rencana keberlanjutan yang disusun mencakup review KPI tiap bulan, revisi SOP berdasarkan pola complain yang muncul, serta pelatihan internal untuk staf baru menggunakan SOP dan role-play. UMKM juga diarahkan untuk mengintegrasikan perbaikan layanan dengan proses lain yang memengaruhi kualitas, seperti manajemen stok, pengemasan, dan pengiriman. Pendekatan ini mendukung terciptanya voice of customer melalui rekap ulasan dan action list mingguan agar umpan balik pelanggan langsung diterjemahkan menjadi langkah perbaikan operasional.

Pada akhirnya, pembahasan menggarisbawahi bahwa kombinasi service quality dan SOP operasional memberikan dampak yang saling melengkapi: service quality memberi kerangka standar layanan yang dinilai pelanggan, sedangkan SOP memastikan standar tersebut terlaksana secara konsisten melalui tahapan kerja yang jelas. Dengan adanya template komunikasi dan KPI, UMKM memiliki alat untuk mengontrol kinerja layanan, menekan keluhan yang berulang, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Program ini secara umum membangun fondasi layanan yang lebih terstruktur, terukur, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan pada kanal offline maupun online.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PkM ini adalah bahwa peningkatan kualitas layanan pelanggan pada UMKM dapat dicapai melalui penerapan konsep service quality yang diterjemahkan ke dalam standar layanan yang jelas serta mudah dipraktikkan. Melalui pemahaman dimensi layanan seperti reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles, UMKM memiliki acuan yang lebih konkret dalam menata pengalaman pelanggan, baik pada layanan offline maupun online. Hasilnya, proses layanan tidak lagi berjalan semata-mata berdasarkan kebiasaan individu, tetapi mengacu pada pedoman layanan yang disepakati bersama.

Selain itu, kesimpulan kedua adalah bahwa kualitas layanan yang baik akan lebih konsisten bila didukung oleh SOP operasional dan pengukuran kinerja melalui KPI. Penyusunan SOP dan template komunikasi membuat alur layanan, termasuk penanganan keluhan, menjadi lebih terstruktur dan seragam antar petugas maupun antar waktu layanan. Dampaknya, UMKM memperoleh mekanisme untuk mengendalikan mutu layanan, melakukan koreksi berdasarkan evaluasi, serta menjaga keberlanjutan perbaikan melalui review KPI dan pelatihan lanjutan.

REFERENSI

- Aguinis, H. (2019). *Performance Management* (4th ed.). Chicago Business Press. <https://doi.org/10.4324/9781315623854>
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction. *Marketing Science*, 12(2), 125–143. <https://doi.org/10.1287/mksc.12.2.125>
- Bititci, U., Garengo, P., Dörfler, V., & Nudurupati, S. (2012). Performance measurement: Challenges for tomorrow. *International Journal of Management Reviews*, 14(3), 305–327. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00318.x>
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69–82. <https://doi.org/10.1177/002224299005400206>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Davenport, T. H. (1993). *Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology*. Harvard Business School Press. <https://doi.org/10.5465/amr.1994.9412271801>
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/1145.001.0001>
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of*

- <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Hammer, M., & Champy, J. (1993). *Reengineering the Corporation*. Harper Business. <https://doi.org/10.4324/9780203994666>
- Johnston, R. (1995). The determinants of service quality: Satisfiers and dissatisfiers. *International Journal of Service Industry Management*, 6(5), 53–71. <https://doi.org/10.1108/09564239510101536>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9781351247225>
- Latham, G. P., & Locke, E. A. (2007). New developments in goal setting and task performance. *European Psychologist*, 12(4), 290–300. <https://doi.org/10.1027/1016-9040.12.4.290>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9780134123906>
- Neely, A. (1999). The performance measurement revolution. *International Journal of Operations & Production Management*, 19(2), 205–228. <https://doi.org/10.1108/01443579910247437>
- 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. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- 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. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46–54. <https://doi.org/10.1108/10878570310477334>
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: Insights and managerial implications. *Journal of Marketing*, 58(1), 1–21. <https://doi.org/10.1177/002224299405800101>
- Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233–246. <https://doi.org/10.1108/09604520310476490>
- Situmorang, D. M. (2019). the Effect of Taxpayer Awareness and Fiskus Service on Performance of Tax Revenue With Taxpayer Compliance As Intervening Variables. *Management and Sustainable Development Journal*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.46229/msdj.v1i1.98>
- Situmorang, D. M., & Pratama, E. (2023). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Pasca Implementasi Kebijakan Tax Amnesty. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 3(2), 115–122. <https://doi.org/10.35313/ialj.v3i2.4620>
- Tjiptono, F. (2014). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Publisher. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.04.002>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>