

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DINAS PASAR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI PELAYANAN PEDAGANG**

**Hilmi Silahudin Ahmad**

Universitas Tulungagung

Email: [hilmisilahudinahmad@gmsil.com](mailto:hilmisilahudinahmad@gmsil.com)

---

### **ABSTRAK**

---

#### **Abstract**

*The Effect of Market Service Quality on Consumer Satisfaction Through Merchant Services (Case Study at Ngemplak Tulungagung People's Market). Customer satisfaction indicates a state in which consumers show alignment between their needs and expectations, which are satisfactorily met. Customer satisfaction plays an important role in fostering a more sophisticated business environment and increasing the financial benefits of the organization. The main objective of this study is to ascertain the impact of services provided by Market Services on customer satisfaction through merchant services. Using quantitative methodology with an exploratory stance characterizes this study. The participants in this study were selected through Incidental Sampling technique, which included a cohort of 100 respondents. The data used consisted of primary data obtained through a direct questionnaire survey. The analytical procedure involved the utilization of linear regression and sowel analysis to assess the impact of mediating variables. According to the results of the regression analysis, it is evident that Market Service offerings directly exert a positive and substantial influence on consumer satisfaction. Furthermore, indirectly, Market Service offerings showed a positive and important impact on consumer satisfaction through merchant services. This means that merchant services in this study are an intervening variable (mediation) between Market Service services and consumer/buyer satisfaction.*

#### **Keywords:**

*Market Office Services; Consumer/Buyer Satisfaction; Trader Services*

#### **Abstrak**

*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dinas Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Pelayanan Pedagang (Studi Kasus pada Pasar Rakyat Ngemplak Tulungagung. Kepuasan konsumen menunjukkan keadaan di mana konsumen menunjukkan keselarasan antara kebutuhan dan harapan mereka, yang terpenuhi dengan memuaskan. Kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam menumbuhkan lingkungan bisnis yang lebih canggih dan meningkatkan keuntungan finansial organisasi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memastikan dampak layanan yang diberikan oleh Layanan Pasar terhadap kepuasan pelanggan melalui layanan merchant. Menggunakan metodologi kuantitatif dengan sikap eksplorasi menjadi ciri penelitian ini. Para peserta dalam penelitian ini dipilih melalui teknik Incidental Sampling, yang mencakup kohort 100 responden. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui survei kuesioner langsung. Prosedur analitik melibatkan pemanfaatan regresi linier dan analisis sowel untuk menilai dampak variabel mediasi. Menurut hasil analisis regresi,*

---

---

*terbukti bahwa penawaran Layanan Pasar secara langsung memberikan pengaruh positif dan substansial pada kepuasan konsumen. Selanjutnya, secara tidak langsung, layanan Market Service menunjukkan dampak positif dan penting pada kepuasan konsumen melalui layanan merchant.. Bararti pelayanan pedagang dalam penelitian ini sebagai variabel intervening (mediasi) antara pelayanan Dinas Pasar terhadap kepuasan konsumen/pembeli.*

**Kata kunci:**

*Pelayanan Dinas Pasar; Kepuasan Konsumen/Pembeli; Pelayanan Pedagang*

---

**Pendahuluan**

Meningkatnya tren kecerdikan dan kemajuan baru yang dibuat oleh penduduk Indonesia jelas telah mendorong kebangkitan ekonomi kreatif di berbagai wilayah di nusantara. Upaya pemerintah yang disengaja untuk mempromosikan ekonomi kreatif bertujuan untuk mengurangi tingkat pengangguran yang substansif yang lazim di Indonesia. Meneliti keadaan ini, gagasan industri ekonomi kreatif mencakup pemanfaatan kecerdikan, kompetensi, dan kreativitas individu untuk mendorong kemakmuran dan peluang kerja yang memanfaatkan potensi inovatif dan kreativitas individu tersebut. Melalui ekonomi kreatif, visi tersebut adalah untuk kemajuan perekonomian Indonesia yang secara historis dikuasai sektor pertambangan dan hidrokarbon, untuk transisi menuju ranah industri alternatif yang berasal dari asal-usul berkelanjutan, dan menekankan budidaya potensi kreatif dalam masyarakat Indonesia. (Siregar & Rahmah, 2023).

Setelah menyadari bahwa ekspor hak cipta Amerika Serikat senilai US\$ 60,18 miliar pada tahun 1996, jauh melampaui ekspor sektor lain seperti pesawat, mobil, dan pertanian, Menurut Howkins, ekonomi baru berasal dari industri ekonomi kreatif yang diatur oleh undang-undang kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif adalah ide yang didasarkan pada aset inovatif yang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam konteks persaingan global (AR Chaerudin et al., 2020).

Dalam lingkungan global yang sangat kompetitif, organisasi dipaksa untuk memberikan berbagai layanan untuk meningkatkan daya saing mereka. Selain itu, organisasi yang bertujuan untuk bertahan di industri masing-masing harus menjalankan operasi dengan efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing mereka. Industri jasa tercakup dalam paradigma ini, terlepas dari kecenderungan sektor jasa baru-baru ini untuk berkembang baik dalam variasi maupun kuantitas karena populasi mengalami peningkatan dalam standar hidup mereka. Untuk mengatasi keharusan ini, serangkaian strategi yang koheren sangat penting untuk meneliti variabel yang berpengaruh pada kualitas layanan.

Sesuai yang diungkapkan Kotler, konsumen mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan berbagai elemen termasuk lokasi, personel, peralatan, metode komunikasi, simbol, dan harga yang ditemui. Penataan pasar mengharuskan memberikan layanan yang luar biasa kepada publik. Meningkatnya harapan masyarakat untuk peningkatan kualitas layanan pasar menyoroti pentingnya pejabat pasar selaras dan beradaptasi dengan dinamika sosial yang semakin rumit. Peningkatan kualitas layanan berasal dari segudang pengaruh internal dan eksternal seperti

kesadaran manajerial dalam menerapkan kerangka manajemen yang mahir, tuntutan masyarakat untuk layanan pasar berkualitas tinggi, dan ketersediaan infrastruktur dukungan yang komprehensif. Ketersediaan fasilitas yang memadai, ditambah dengan aspek operasional yang beragam, memainkan peran penting dalam memastikan manajemen pasar dan kualitas layanan yang efektif. Manajer pasar didorong oleh kemajuan teknologi dan perkembangan lainnya untuk memastikan penyediaan layanan terbaik (Fathurrochman et al., 2021).

Kepuasan konsumen dengan layanan perusahaan terkait erat dengan kualitas layanan yang diberikan. Dimensi kualitas layanan yang mapan, sering dianggap sebagai faktor penting, telah dikembangkan oleh beberapa ahli ekonomi. Dalam karyanya tentang reliabilitas dan validitas SERVQUAL dalam Pengukuran Kualitas Layanan Sistem Informasi, James J. Jiang mengkategorikan item penelitian menjadi lima variabel: bukti nyata, reliabilitas, responsivitas, jaminan, dan empati (Jiang et al., 2000). Landasan teoritis untuk kualitas layanan dibangun berdasarkan keseluruhan kumpulan variabel Alpha, Beta, dan Gamma (Umnbrana, 2019).

Alasan pemilihan konsumen di Pasar Rakyat Ngempak Tulungagung sebagai titik fokus penyelidikan didasarkan pada fungsi pasar sebagai ranah penyedia layanan, di mana faktor penting untuk kemakmuran bergantung pada kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Pengusaha (merchant) yang terlibat dalam transaksi pasar dibimbing untuk memprioritaskan perhatian mereka terhadap pembeli, yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam memberikan layanan dan barang optimal yang memenuhi harapan konsumen. Sangat penting untuk memprioritaskan pengiriman layanan abadi yang diarahkan untuk mencapai kepuasan, sementara pedagang didesak untuk fokus pada rantai nilai yang dapat menghasilkan kualitas layanan yang meningkat.

Mengingat konteks yang disebutkan di atas, para peneliti mengungkapkan minat mereka untuk melakukan upaya penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dinas Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Pelayanan Pedagang (Studi Kasus pada Pasar Rakyat Ngemplak Tulungagung)”.

## **Metode Penelitian**

### **Populasi dan sampel**

Populasi merupakan subjek yang terletak dalam bidang studi yang dipertimbangkan, di mana temuan penelitian akan diekstrapolasi. Dalam lingkup penelitian ini, populasi terdiri dari pembeli/pengunjung Pasar Ngempak Tulungagung. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian didasarkan pada 100 responden karena tantangan untuk memastikan ukuran populasi (Agustianti, 2016).

Alasan di balik keputusan ini mengacu pada prinsip-prinsip yang diuraikan oleh Cooper dan Emory, di mana rumus dasar untuk perhitungan ukuran sampel dalam pengambilan sampel probabilitas mengasumsikan populasi tidak diketahui. Oleh karena itu, ukuran sampel 100 dari populasi 5000 menghasilkan tingkat presisi yang sama dengan 100 sampel dari populasi 200 juta. Mengingat banyaknya pembeli/pengunjung di Pasar Tulungagung Ngempak dan kesulitan

terkait dalam menentukan angka populasi yang tepat, 100 responden digunakan sebagai ukuran sampel untuk penelitian ini. (Rafi & Budiarmo, 2018).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pendekatannya sebagaimana diuraikan oleh (Sugiyono, 2019), meliputi :

1. Kuesioner

Metode ini melibatkan penyelesaian serangkaian pertanyaan untuk mendapatkan informasi tentang situasi responden. Survei atau kuesioner yang biasanya digunakan bersifat tertutup, membatasi responden untuk memilih satu jawaban dari opsi yang disediakan.

2. Wawancara

Proses ini memerlukan ekstraksi informasi yang terkait dengan tujuan penelitian dengan mengajukan pertanyaan langsung dan menerima tanggapan dengan bantuan alat wawancara.

3. Pengamatan

Observasi adalah metodologi yang digunakan untuk meneliti dan mendokumentasikan manifestasi variabel yang sedang diselidiki.

4. Teknik Dokumentasi

Teknik ini melibatkan perolehan data melalui kompilasi atau pencatatan informasi dari entitas seperti organisasi, studi sebelumnya, atau sumber literatur mengenai materi pelajaran.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian ini memakai kuesioner untuk alat penelitian. Skala pengukurannya adalah Skala Likert (Pranatawijaya et al., 2019).

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel studi ini mencakup variabel terikat dan bebas (Sugiyono, 2019) :

1. Variabel terikat (dependen)

Kepuasan pelanggan (Y) adalah variabel terikat, dicirikan sebagai variabel yang bergantung pada variabel independen.

2. Variabel Bebas (Independen)

Layanan layanan pasar (X) adalah variabel bebas, di mana variabel independen tetap tidak terpengaruh oleh variabel lain.

3. Variabel Intervening (Perantara)

Secara teori, variabel yang mempengaruhi korelasi antara variabel independen dan dependen dikenal sebagai variabel perantara. Layanan Merchant (M) berfungsi sebagai variabel intervensi dalam lingkup penelitian ini.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam wacana ini menggunakan metode statistik melalui pemanfaatan perangkat lunak SPSS untuk windows (Purnomo, 2017) :

a) Tes Validitas

Pengujian detail kuesioner dilakukan dengan menggunakan korelasi Momen Produk Pearson.

b) Uji Keandalan Kuesioner

Bertindak sebagai pengukur variabel, digunakan untuk penilaian ini. Untuk menentukan keandalan data primer, nilai Alpha Cronbach digunakan. Variabel dianggap dapat diandalkan jika nilai Alpha Cronbach-nya melebihi 0,60 (Alpha Cronbach > 0,60).

1. Uji Normalitas

Jika asymptotic significance suatu data lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dianggap berdistribusi normal (asymptotic significance > 0,05).

2. Uji Multikolinearitas

Uji VIF dan toleransi dapat dilakukan untuk mengetahui apakah multikolinearitas tidak terjadi jika VIF < 10 dan toleransi mendekati 1.

3. Uji Heterokedastisitaas

Untuk mengidentifikasi heterokedastisitas, variabel bebas dibagi dengan variabel pengganggu (residual).

4. Uji Hipotesis

Digunakan analisis regresi linear untuk memeriksa hipotesis yang telah diajukan serta bagaimana variabel intervening atau mediasi mempengaruhi variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini juga dikenal sebagai "analisis jalur", adalah metode yang menggunakan analisis regresi untuk menghitung bagaimana variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berhubungan satu sama lain secara kausalitas. Dalam penelitian ini, analisis jalur dilakukan dengan dua persamaan :

1) Persamaan substruktur 1:  $M = \beta_1 MX + \epsilon_1$

2) Persamaan substruktur 2:  $Y = \beta_1 MX + \beta_2 YM + \epsilon_2$

Keterangan:

M = Layanan Merchant

Y = Kepuasan konsumen/pembeli

X = Layanan *Market Service*

$\beta$  = Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

$\epsilon_1, \epsilon_2$  = Nilai Residu

5. Tes - t (Parsial)

Penilaian tingkat signifikansi koefisien regresi antara variabel independen dan variabel dependen ditentukan oleh Tes - t (Partial). Metode perhitungan yang digunakan dilambangkan sebagai :

$$t = \frac{bi}{Sebi}$$

Keterangan:

bi = Koefisien regresi

Sebi = Kesalahan standar bi

6. Tes F (Simultan)

Menilai dampak kolektif dari beberapa variabel (X, M) pada perilaku variabel dependen (Y) melalui rumus :

$$F = \frac{R^2/(K - 1)}{(1 - R^2)/(n - k)}$$

Dimana:

R<sup>2</sup> = koefisien penentuan

k = jumlah variabel independen

n = ukuran sampel

7. Tes Mediasi

Pendekatan yang disukai untuk memeriksa hipotesis mediasi adalah uji Sobel (1982), yang bertujuan untuk menyelidiki efek tidak langsung dari variabel independen (X) pada variabel dependen (Y) melalui variabel intervensi/mediasi (M). Perhitungan uji Sobel melibatkan rumus : (Nurofik & Wiana, 2022)

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Dimana :

S : kesalahan standar X - M

S : kesalahan standar M - Y

b : koefisien regresi M - Y

a : koefisien regresi X - M

Untuk memeriksa signifikansi pengaruh tidak langsung, ditentukan dengan menggunakan persamaan berikutnya: = /Dalam kasus di mana uji-z melampaui 1,96 (nilai-z absolut standar), menunjukkan efek mediasi. Melakukan tes Sobel memerlukan ukuran sampel yang cukup besar, karena akurasinya berkurang dengan ukuran sampel yang lebih kecil. Dalam bidang metodologi penelitian, instrumen tambahan, sebagai lawan dari yang utama (biasanya ditemukan di lingkungan laboratorium seperti gunting, gelas ukur, pensil), tidak menjamin dokumentasi eksplisit. Sebaliknya, penekanan harus ditempatkan semata-mata pada susunan utama peralatan atau alat utama yang digunakan untuk analisis dan/atau karakterisasi, dengan memperhatikan jenis dan tingkat presisi mereka. Elaborasi di lokasi penelitian, jumlah responden, prosedur pemrosesan data untuk pengamatan, wawancara, atau survei, serta metodologi untuk benchmark dan evaluasi kinerja sangat penting; sementara teknik biasa dapat dirujuk secara singkat tanpa perincian lengkap. Protokol percobaan harus diartikulasikan sebagai pernyataan deklaratif daripada perintah imperatif (Nurofik & Wiana, 2022).

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Layanan Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dampak kualitas layanan pasar terhadap kepuasan konsumen di Pasar Tulungagung Ngempak, dinilai signifikan secara statistik, sebagaimana dibuktikan oleh temuan penelitian, dengan nilai signifikansi 0.000, yaitu kurang dari 0,05. Selain itu, nilai t yang dihitung melampaui nilai t kritis 6.744.

Studi ini sejalan sebagian dengan penelitian sebelumnya oleh (Supryanita et al., 2018), dan (Ardiansyah et al., 2019) menunjukkan bahwa kualitas atau manajemen layanan pasar secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Pasar Terhadap Jasa Pedagang**

Hasil penelitian mengungkapkan hubungan yang signifikan antara kualitas layanan pasar dan layanan merchant di Pasar Tulungagung Ngempak, ditemukan signifikan berdasarkan hasil penelitian, dengan tingkat signifikansi 0.000, lebih rendah dari 0.05. Selain itu, nilai t yang dihitung melebihi nilai t kritis 9.377.

Studi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Supryanita et al., 2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan-layanan pasar secara signifikan berdampak pada kepuasan pembeli dan penyewa toko.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Pedagang Terhadap Kepuasan Konsumen**

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa ada dampak signifikan secara statistik dari layanan merchant terhadap kepuasan konsumen/pembeli di Pasar Tulungagung Ngempak, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0.000 yang lebih rendah dari 0.05 dan nilai t dihitung melebihi nilai t kritis 1,985.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Fauziah, 2022) dan (Ardiansyah et al., 2019) menyoroti dampak substansial dari kualitas layanan pedagang pada kepuasan konsumen/pembeli, terutama selama interaksi tatap muka dengan pelanggan di pasar.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Pasar Secara Langsung Mempengaruhi Kepuasan Konsumen/Pembeli**

Dampak layanan layanan pasar terhadap kepuasan konsumen/pembeli melalui layanan merchant merupakan topik yang diminati. Temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara layanan pasar jasa dan kepuasan konsumen/pembeli di Pasar Tulungagung Ngempak. Hasilnya menunjukkan P-Value 0,039, yang berada di bawah ambang 0,05.

Hasil ini konsisten dengan studi sebelumnya, seperti karya (Kurniawati, 2017) yang menunjukkan bahwa efek layanan layanan pasar terhadap kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan merchant.

Dalam konteks Pasar Rakyat Ngempak Tulungagung, hubungan antara layanan pasar dan kepuasan konsumen/pembeli secara tidak langsung terkait melalui layanan merchant. Diamati bahwa kualitas layanan pedagang yang lebih tinggi cenderung memiliki dampak yang lebih kuat pada kepuasan konsumen/pembeli.

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis diskusi penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen di Pasar Rakyat Ngempak Tulungagung secara langsung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Market Service.
2. Pelayanan para pedagang di Pasar Rakyat Ngempak Tulungagung secara langsung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Market Service.
3. Di Tulungagung Ngempak Rakyat Pasar, kepuasan konsumen secara langsung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pedagang.
4. Dampak tidak langsung terhadap kepuasan konsumen di Pasar Rakyat Ngemplak Tulungagung merupakan hasil dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh Market Service melalui jasa merchant.

## Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan rekomendasi berikut :

1. Kepala UPT Dinas Pasar Rakyat Ngemplak Tulungagung diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui indikatornya. Hal ini terutama terkait dengan kebersihan pasar, baik secara langsung oleh petugas pasar maupun secara tidak langsung oleh pedagang. Selain itu, diharapkan ada pos keamanan untuk menjaga keamanan dan ketertiban di Pasar Rakyat Ngemplak Tulungagung.
2. Pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung diharapkan selalu dapat meningkatkan pelayanan mereka, terutama dalam hal kejujuran dalam menjelaskan produk yang dijual, tidak menunjukkan kesan sibuk saat menyambut pelanggan atau pembeli, menyediakan produk dalam keadaan bersih, dan memberikan jaminan jika produk yang dijual bermasalah.

## Daftar Pustaka

- Agustianti, R. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF & KUALITATIF* (Issue 0).
- AR Chaerudin, Bambang Setiadi, & Ahmad Munawir. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Di Desa Citaman Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.46306/jabb.v1i1.9>
- Ardiansyah, F., Mursito, B., & Maryam, S. (2019). Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Edunomika*, 3(2), 493.

- Eldon, M. (1). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI BUS SEKOLAH DINAS PERHUBUNGAN, KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN TULUNGAGUNG. *BENEFIT*, 3(1), 17-30.
- Eldon, M., & Ruspinedya, B. P. (2022). PENGARUH SERVICESCAPE, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 1(1), 42-49.
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>
- Fauziah, E. A. (2022). *Kualitas, Pengaruh Terhadap, Pelayanan Beli, Minat Pada, Konsumen Sembako, Pedagang Mbongawani, Pasar Ende, Kabupaten*.
- Jiang, J. J., Klein, G., & Crampton, S. M. (2000). A note on SERVQUAL reliability and validity in information system service quality measurement. *Decision Sciences*, 31(3), 725–744.
- Kurniawati, putri. (2017). ANALISIS BRAND EQUITY PADA PRODUK OLAH RAGA SPECS. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.
- Nurofik, A., & Wiana, P. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 55–59. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i1.211>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Purnomo, R. A. (2017). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Rafi, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun*, 1–7.
- Santoso, E. (1). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN CITIZENS CARTER UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN YANG LEBIH RESPONSHP ( Studi Kasus di RSUD Dr. Iskak Tulungagung ). *Jurnal BONOROWO*, 2(2), 65-85
- Siregar, E. Y., & Rahmah, R. A. (2023). Analisis Perkembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Mandailing Natal. *Journal Of Social Science Research*, 3(6), 10380–10391.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).
- Supryanita, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Agus, H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dinas pasar terhadap kepuasan penyewa toko pasar bawah kota bukittinggi 1,2. *21*(1), 43–61.
- Umnbrana, B. D. (2019). Analisis Pengaruh Pendidikan Konsumen Terhadap Kepuasan Pembelian Di Niko Busana Jember. *Al-Ashr: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran ...*, 4(2), 119–152.