



ANALISIS PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KUD TRIKARYA KARANG TENGAH KECAMATAN BUAY MADANG TIMUR KABUPATEN OKU TIMUR

Reza Mardiansyah, Solikhan

Program Studi Manajemen, STIE Trisna Negara OKU Timur, Sumatera Selatan

Jl. M.P. Bangsa Raja No. 27 Belitang, OKU Timur, Sumatera Selatan

E-Mail: solikhanstietrisnanegara@gmail.com

Abstrak

Koperasi Unit Desa merupakan koperasi di wilayah perdesaan yang bergerak dalam penyediaan kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan ekonomi masyarakat. Koperasi unit desa juga memiliki peranan penting yaitu meningkatkan produksi, membantu meningkatkan perekonomian masyarakat desa serta meningkatkan ekonomi anggota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada KUD Trikarya Karang Tengah Kecamatan Buay Madang Timur Kabupaten OKU Timur. Pelayanan yang baik merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu usaha. Variabel pelayanan dalam penelitian ini mencakup kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan dalam memberikan layanan kepada konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis data menggunakan uji korelasi dan uji hipotesis untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t hitung 2,039, sedangkan nilai t tabel pada tingkat kepercayaan 95% untuk $(n-2)$ 1,860. Maka dapat diketahui nilai t hitungnya 2,039 lebih besar dari pada t tabel yaitu = 1,860. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen sedang. Hasil analisis dan uji hipotesis juga membuktikan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen di KUD Trikarya Karang Tengah. Oleh karena itu, pihak KUD perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, KUD Trikarya

Abstract

Village Unit Cooperatives are cooperatives in rural areas that are engaged in providing community needs related to the community economy. Village unit cooperatives also have an important role, namely increasing production, helping to improve the economy of village communities and improving the economy of members. This research aims to analyze the effect of service on consumer satisfaction at KUD Trikarya

Karang Tengah, East Buay Madang District, East OKU Regency. Good service is an important factor in increasing consumer satisfaction, which ultimately influences customer loyalty and trust in a business. Service variables in this research include speed, accuracy, friendliness and comfort in providing services to consumers. The research method used is a quantitative method with data collection techniques through observation, interviews and questionnaires. Data analysis uses correlation tests and hypothesis tests to determine the extent of the relationship between service and consumer satisfaction. From the results of the hypothesis test calculations, it can be seen that the calculated t value is 2.039, while the t table value at the 95% confidence level for (n-2) is 1.860. So it can be seen that the calculated t value is 2.039 which is greater than the t table, namely = 1.860. Thus H_a is accepted and H_o is rejected. With this calculation it can be concluded that the influence of service on consumer satisfaction is moderate. The results of analysis and hypothesis testing also prove that service has a significant influence on consumer satisfaction. The conclusion of this research is that good service can increase consumer satisfaction at KUD Trikarya Karang Tengah. Therefore, KUD needs to continue to improve service quality in order to maintain and increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *Service, Customer Satisfaction, Service Quality, KUD Trikarya*

I. PENDAHULUAN

Perjanjian dan peminjaman adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lainnya. Pada umumnya, perjanjian tidak terkait kepada suatu bentuk tertentu, perjanjian dapat dibuat secara lisan dan dibuat secara tertulis. Perjanjian bentuk tertulis adalah perjanjian yang bersifat sebagai alat apabila terjadi perselisihan. Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum di bidang harta kekayaan yang didasari kata sepakat antara subjek hukum yang satu dengan yang lain, dan diantara mereka (para pihak/subjek hukum) saling mengikatkan dirinya sehingga subjek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga subjek hukum yang lainnya berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan kesepakatan yang telah di sepakati para pihak tersebut serta menimbulkan akibat hukum (Handri Raharjo).

(Jumadi, 2023) Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk mendapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang didefinisikan atau ditetapkan. (Firdaus & Lawati, 2020; Khoiriah, 2017) Pelayanan (*costumer service*) merupakan faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu usaha atau organisasi. (Elan Diwangkoro, 2015; Faradina & Satrio, 2016; Indrasari & Meithiana, 2019) Kepuasan konsumen yang tinggi akan menciptakan loyalitas serta meningkatkan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan. Dalam konteks koperasi, pelayanan yang baik sangat berperan dalam mempertahankan anggota dan menarik lebih banyak konsumen untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. (Bryan J. Kaleb, Victor P.K Lengkong, Rita N Taroreh, 2019; Sundari, 2016; Susila Wibawa, 2019; Wahyu Hidayat Ibrahim, 2017) Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Koperasi Unit Desa (KUD) Trikarya Karang Tengah, yang berlokasi di Kecamatan Buay Madang Timur, Kabupaten OKU Timur, merupakan salah satu lembaga ekonomi yang berperan dalam menyediakan kebutuhan masyarakat, baik dalam bidang pertanian, perdagangan, maupun

jasa. Untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensinya, KUD perlu memastikan bahwa pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

Namun, dalam praktiknya, masih terdapat beberapa keluhan dari konsumen terkait dengan kecepatan layanan, keramahan petugas, serta ketersediaan produk dan jasa yang disediakan. Hal ini dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap koperasi. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai sejauh mana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KUD Trikarya Karang Tengah. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, serta memberikan rekomendasi bagi KUD dalam meningkatkan standar pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

(Fauzi, 2013) Manajemen adalah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. (R. I. Fauzi, 2018) mendefinisikan bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. (Philip Kotler, 2009) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif bukan berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

(Garaika, 2019) Manajemen Sumber Daya Manusia memiliki berbagai macam sumber daya sebagai '*input*' untuk mengubah menjadi '*output*' berupa produk atau jasa. (Abdul Hamid, Fauzi, Salamun, Wiwin Windayanti, 2023; Abdul Hamid, Salamun, Wiwin Windayanti, Moh. Masrur, 2023) Sumber daya tersebut meliputi modal atau uang. Teknologi untuk menunjang proses produksi, metode atau strategi yang digunakan untuk beroperasi, manusia dan sebagainya. Diantara berbagai macam sumber daya tersebut, manusia atau sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen paling penting. Untuk merencanakan, mengelola dan mengendalikan sumber daya manusia dibutuhkan suatu alat manajerial yang disebut manajemen sumber daya manusia (MSDM), MSDM dapat dipahami sebagai suatu proses dalam organisasi serta dapat pula diartikan sebagai suatu kebijakan. Terdapat beberapa macam fungsi utama MSDM, yaitu:

- a. Perencanaan untuk kebutuhan SDM
 1. Perencanaan dan peramalan permintaan tenaga kerja organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
 2. Analisis jabatan dalam organisasi untuk menentukan tugas, tujuan, pengetahuan, dan kemampuan yang dibutuhkan.
- b. Staffing sesuai dengan kebutuhan organisasi
Pemilihan (seleksi) para calon atau pelamar yang dinilai paling memenuhi syarat. Umumnya rekrutmen dan seleksi diadakan dengan memusatkan perhatian pada ketersediaan calon tenaga kerja baik yang ada di luar organisasi maupun yang ada di dalam organisasi
- c. Penilaian Kinerja
Kegiatan ini dilakukan setelah calon pelamar dipekerjakan dalam kegiatan organisasi. Organisasi menentukan bagaimana sebaiknya bekerja dan kemudian memberi penghargaan atas kinerja yang dicapainya. Sebaliknya organisasi juga harus menganalisis jika terjadi kinerja negatif

dimana pekerja tidak dapat mencapai standar kinerja yang ditetapkan. Dalam penilaian kerja dilakukan dua kegiatan utama, yaitu:

1. Penilaian dan pengevaluasian perilaku pekerja
 2. Analisis dan pemberian motivasi perilaku pekerja.
- d. Perbaikan Kualitas Pekerja dan Lingkungan Kerja
- Saat ini pusat perhatian MSDM mengarah pada kegiatan strategis, yaitu
1. Menentukan, merancang dan mengimplementasikan program pelatihan dan pengembangan SDM guna meningkatkan kdn kinerja karyawan.
 2. Memperbaiki kualitas lingkungan kerja, khususnya melalui kualitas kehidupan kerja dan program-program perbaikan produktifitasnya.
 3. Memperbaiki kondisi fisik kerja guna memaksimalkan kesehatan dan keselamatan pekerja.
- e. Pencapaian Efektifitas Kerja
- Setelah tenaga kerja yang dibutuhkan dapat terisi, organisasi kemudian memperkerjakannya, memberi gaji dan memberi kondisi yang akan membuatnya merasa tertarik dan nyaman dalam bekerja. Untuk itu organisasi juga harus membuat standar bagaimana hubungan kerja yang efektif dapat diwujudkan. Dalam hal ini terdapat beberapa kegiatan yaitu:
1. Mengakui dan menaruh rasa hormat terhadap hal-hak pekerja.
 2. Melakukan tawar-menawar dan menetapkan prosedur bagaimana keluhan pekerja disampaikan.
 3. Melakukan penelitian tentang kegiatan MSDM.

Pelayanan merupakan aspek penting dalam dunia bisnis dan organisasi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut R.A Supriyono, pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik, (Davis, 2002; Philip Kotler, 2009) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Berdasarkan dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Menurut Lupiyodi dan Hamdani atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas pelayanan yaitu:

- a. Berwujud (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana serta prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

- b. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu. Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dengan akurasi yang tinggi
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- d. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun,
- e. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki penertian dan pengetahuan tentang pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan atas suatu produk atau layanan yang diterima. Menurut Tjiptono (2019), kepuasan pelanggan terjadi ketika produk atau layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan. Jika harapan tidak terpenuhi, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan cenderung mencari alternatif lain. Kotler dan Armstrong (2020) menjelaskan bahwa, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas produk, harga, layanan dan faktor emosional. Organisasi yang ingin meningkatkan kepuasan pelanggan harus berfokus pada peningkatan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

KUD Trikarya Karang Tengah berdiri pada Tahun 1970 sesuai UUD 1945 Pasal 33 Ayat 1 yang menegaskan bahwa "perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan Dalam gerak dan usaha KUD Trikarya Karang Tengah tidak terlepas dari UAJ Koperasi No 25 Tahun 1992 Sebelum menjadi KUD Trikarya, Nama dari koperasi tersebut adalah BUUD (Badan Usaha Unit Daerah), dan dengan jangkauan wilayah nya yang masih sedikit, hanya 3 daerah. Kemudian beberapa tahun kemudian berganti nama menjadi Koperta (Koperasi Pertanian), lalu selang beberapa tahun di ubah lagi menjadi yang sekarang. yaitu KUD Trikarya yang sekarang jangkauan daerahnya sudah bertambah menjadi 8 desa.

KUD Trikarya pernah mengalami kemunduran dan bahkan pernah mengalami vakum dan para anggota tidak mengadakan rapat anggota sama sekali. Kemudian badan pengawas mengambil tindakan, yaitu mengajukan permohonan kepada kepala dinas koperasi kabupaten untuk mengadakan rapat besar yang di pimpin langsung oleh kepala dinas koperasi kabupaten. Sehingga terpilihlah pengurus yang di tunjuk oleh kepala dinas koperasi kabupaten untuk membangun kembali KUD Trikarya.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel pelayanan dan kepuasan konsumen dengan

menggunakan data yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik yaitu melalui observasi, wawancara dan kuesioner.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang ilmiah. Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi oleh fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Metode kuantitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Kemudian nilai-nilai tersebut diolah dari alternative jawaban yang didapat dari Quisioner dan selanjutnya di proses sebagai tolak ukur dari variabel yang diteliti.

Tabel 1 Data Hasil penelitian tentang pengaruh pelayanan terhadap 10 Responden

RESPONEDEN	NOMOR PERTANYAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	2	2	3	13
3	2	3	3	2	3	13
4	3	2	2	3	2	12
5	2	3	3	3	3	14
6	3	2	2	3	3	13
7	3	3	2	2	3	13
8	3	3	2	2	3	13
9	3	2	3	3	3	14
10	3	2	2	2	3	12
Jumlah						132

Sumber : Peneliti 2024

Tabel 2 Data diolah penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap 10 responden

RESPONDEN	NOMOR PERTANYAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	3	3	2	2	3	13
2	3	2	3	3	2	13
3	2	2	3	2	3	12
4	2	3	2	3	3	13
5	3	3	2	2	2	12
6	2	3	3	2	3	13
7	3	2	3	2	3	13
8	3	2	3	2	2	12
9	3	3	3	3	2	14
10	2	3	3	3	3	14
Jumlah						129

Sumber : Peneliti 2024

Tabel 3 Tabel kerja korelasi antara variabel pengaruh pelayanan (X) dengan kepuasan Konsumen (Y)

NO	X	Y	X ²	Y ²	X.Y
1	15	13	225	169	195
2	13	13	169	169	169
3	13	12	144	144	156
4	12	13	196	169	156
5	14	14	196	196	196
6	13	12	169	144	156
7	13	13	169	169	169
8	13	13	169	169	169
9	14	14	196	196	196
10	12	12	144	144	144
	132	129	1.750	1.669	1.706

Sumber : Peneliti (Reza Mardiansyah) 2025

Dari table-tabel korelasi diatas diperoleh hasil:

n 10

ΣX -132

ΣY -129

ΣXH - 1.750

ΣYA - 1.669

ΣXY - 1.704

Selanjutnya dari nilai diatas dapat dimasukan kedalam rumus koefisien sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \Sigma X \cdot Y - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan diatas diperoleh $r = 0,524$. Setelah dikonsultasikan dengan standar konservatif untuk mengetahui erat atau tidaknya hubungan tersebut ternyata terletak pada jarak antara 0,4000,599. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen mempunyai pengaruh sedang Untuk mengetahui kadar presentase antara Variabel X dan kadar presentase Variabel Y, maka menggunakan rumus sebagai berikut:

$$= 0.2 = 0,524$$

74

$$= r^2 \times 100\%$$

$$Kp (0,274) \times 100\% = 27,4\%$$

Dengan diketahuinya kadar presentase pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen 27,4%

Berarti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada koperasi KUD Trikarya adalah

$$100\% - kp$$

$$100\% - 27,4\% = 72,6\%$$

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan maka penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$0,524 - 10 - 2 \sqrt{1 - 0,524^2} =$$

$$0,524 / 8 \sqrt{1 - 0,274}$$

$$0,524 \cdot 2,828 = 0,726 \text{ t}$$

1,481 0,726 1=

t=2,039

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung 2,039, sedangkan nilai t tabel pada tingkat kepercayaan 95% untuk (n-2) 1,860. Maka dapat diketahui nilai t hitungnya 2,039 lebih besar dari pada t tabel yaitu = 1,860. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen sedang.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di KUD Trikarya Karang Tengah Kecamatan Buay Madang Timur Kabupaten OKU Timur, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen. Analisis data menunjukkan bahwa pelayanan yang mencakup keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil perhitungan statistik diperoleh $r = 0,524$. Setelah dikonsultasikan dengan standar konservatif untuk mengetahui erat atau tidaknya hubungan tersebut ternyata terletak pada jarak antara 0,4000,599. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen mempunyai pengaruh sedang. Dari hasil perhitungan uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t hitung 2,039, sedangkan nilai t tabel pada tingkat kepercayaan 95% untuk (n-2) 1,860. Maka dapat diketahui nilai t hitungnya 2,039 lebih besar dari pada t tabel yaitu = 1,860. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen sedang. Selain itu, uji hipotesis membuktikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen di KUD Trikarya Karang Tengah. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen. Oleh karena itu, KUD Trikarya Karang Tengah disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, baik dalam aspek kecepatan, keramahan, maupun fasilitas yang tersedia, guna memastikan kepuasan dan kepercayaan konsumen tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, Fauzi, Salamun, Wiwin Windayanti, M. M. (2023). *Kosep & Teori Dasar Manajemen Pendidikan Islam*. (S. Muhammad Muslihudin, Ed.). Indramayu: Penerbit Adab.
- Abdul Hamid, Salamun, Wiwin Windayanti, Moh. Masrur, D. R. M. (2023). *Kepemimpinan Pendidikan Dan Perilaku Organisasi Kependidikan*. (M. M. Fauzi, Ed.). Indramayu: Penerbit Adab.
- Bryan J. Kaleb, Victor P.K Lengkong, Rita N Taroreh. (2019). Penerapan Sistem Informasi Manajemen Dan Pengawasannya Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 781–790.
- Davis, G. B. (2002). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Elan Diwangkoro. (2015). *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta*. Desy Fatmawati.
- Faradina, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Pelanggan pada Rumah Cantik Almanda. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.
- Fauzi. (2013). *Manajemen Itu Mudah*. Jakarta: Rajawali.
- Fauzi, R. I. (2018). *Pengantar Manajemen Edisi Revisi*. (Putri Chistian, Ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Firdaus, F., & Lawati, S. (2020). Keterjangkauan Informasi dalam Pelayanan Publik. *Journal PPS UNISTI*. <https://doi.org/10.48093/jiask.v2i1.14>
- Garaika. (2019). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. (Yansahrita, Ed.). Sumatera Selatan: STIE Trisna Ngara.
- Indrasari, & Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Nucl. Phys. (Vol. 13). Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Jumadi, A. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar Inklusi Al Irsyad Al Islamiyyah Depok. *UNISAN JURNAL: JURNAL MANAJEMEN DAN PENDIDIKAN*, 02(02), 84–90.
- Khoiriah, S. (2017). Pengaruh keragaman produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada “Barokah Mini Market Gunung Terang Di Kabupaten OKU Timur.” *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15(1), 10–18.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1) (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Sundari, J. (2016). Sistem Informasi Pelayanan Puskesmas Berbasis Web. *Indonesian Journal on Software Engineering Sistem*, 2(1), 44–49.
- Susila Wibawa, K. C. (2019). Urgensi Keterbukaan Informasi dalam Pelayanan Publik sebagai Upaya Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik. *Administrative Law and Governance Journal*. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i2.218-234>
- Wahyu Hidayat Ibrahim, I. M. (2017). Sistem Informasi Pelayanan Publik berbasis Web Pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Kampar. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 17–22.