

DAMPAK KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI ONLINE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PERCETAKAN WELLEN PRINT PASAR MINGGU

Anindi Andin Kurnia¹, Euis Widiati²

Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: euis_widiati@usahid.ac.id

ABSTRAK

Wellen Print adalah toko ritel yang menawarkan jasa percetakan digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi secara online terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan syarat pelanggan yang memiliki riwayat pembelian secara online di Wellen Print Pasar Minggu. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang masing-masing di uji coba telah memenuhi validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah uji T dan uji F dalam analisis regresi berganda yang terdapat di SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial.

Kata Kunci: Kemudahan Transaksi, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Percetakan.

ABSTRACT

Wellen Print is a retail store that offers digital printing services. The aim of this research is to analyze service quality and ease of online transactions on customer satisfaction. The type of research carried out in this research is using a quantitative descriptive analysis approach. The population in this study consisted of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling with the requirement that customers have a history of online purchases at Wellen Print Pasar Minggu. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale, each of which has been tested to meet validity and reliability. The analysis technique used is the T test and F test in multiple regression analysis in SPSS 25. The research results show that there is a significant influence on service quality and ease of transactions on customer satisfaction, both simultaneously and partially.

Keywords: *Ease of Transactions, Customer Satisfaction, Service Quality, and Printing.*

PENDAHULUAN

Berkaitan dengan dituntutnya bertransformasi secara kreatif dan inovatif dalam mencapai tujuan serta berkembangnya bisnis digital atau pemasaran *online*, PT. Wellen Brother (Wellen Print) berinovasi dengan memasarkan produk dan jasa kepada konsumen melalui *gadget* berbasis internet. Dimana konsumen dapat menggunakan gadgetnya untuk bertransaksi karena keterbatasan waktu dan tempat. Selain itu menurut Safitri & Widiati (2022) teknologi internet bisa mendukung berbagai aktivitas seseorang, seperti dalam pendidikan, pekerjaan, dan transaksi jual beli.

Dalam konteks ini, peran penjual memegang peranan signifikan dalam meyakinkan calon konsumen mengenai rincian atau spesifikasi produk yang ditawarkan, termasuk harga. Selain fokus pada kualitas produk dan harga, penjual juga menekankan pada kemampuan strategis dan pelayanan yang diberikan, proses yang efisien dan cepat, serta bukti fisik yang dapat meyakinkan konsumen. Oleh sebab itu, hanya industri berkualitas yang mampu bersaing dan mendominasi pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Wellen Print adalah salah satu perusahaan yang focus pada bidang percetakan yang ada di Jakarta dan menyediakan berbagai layanan pemesanan seperti buku, banner, flayer, *name card*, dan beragam jenis cetakan lainnya. Wellen Print mempunyai *tagline* yaitu *ngeprint ga pake mahal* sebagai kekuatan dalam persaingan di industri percetakan. Wellen Print sudah mempunyai dua *outlet* lainnya yang berada di Tangerang dan Daanmogot.

Untuk memenuhi permintaan akan layanan percetakan yang ekonomis, Wellen Print tidak hanya mengandalkan harga yang murah tetapi kualitas yang bagus dan juga cepat. Namun seiring dalam perjalanannya, Wellen Print masih sering mendapatkan keluhan dari pelanggan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1. Keluhan Pelanggan Wellen Print

No	Keluhan Pelanggan
1	Respon penjual yang lambat
2	Sering terjadinya <i>missed communication</i>
3	Kurang teliti dalam membuat pesanan
4	Proses pesanan yang lama
5	Hasil cetak yang tidak sesuai dengan design
6	Lamanya proses mengantri

Sumber: Google Review

Berdasarkan data di atas permasalahan yang dihadapi Wellen Print dapat menyebabkan adanya fluktuasi dalam jumlah pembeli di Percetakan Wellen Print Pasar Minggu. Selain itu, terdapat banyak percetakan lain di Jakarta yang telah menyediakan sistem cetak secara *online* membuat ketatnya persaingan antar perusahaan percetakan dalam menarik pembeli baru. Berikut dalam tabel 2 adalah beberapa perusahaan percetakan besar yang ada di Jakarta yang menjadi saingan atau kompetitor percetakan Wellen Print.

Tabel 2. Daftar Nama Percetakan Pesaing

No	Nama Percetakan	Lokasi	Rating <i>Google Review</i>
1.	Primagraphia <i>Exspress</i>	Jl. Kali Baru Timur III Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat	Bintang 4,4
2.	Snapy	Jl. Mampang Prapatan. Raya Duren Tiga, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Selatan	Bintang 4,9
3.	Jaya Print	Jl. Mampang VIII No. 29	Bintang 4,7

No	Nama Percetakan	Lokasi	Rating <i>Google Review</i>
		Jakarta-Selatan	
4.	Inti Rimbo Printing	Cawang Jakarta Timur	Bintang 4,1

Sumber: Google

Berdasarkan tabel 2 di atas, terdapat empat kompetitor Wellen Print yang tentunya sangat mempengaruhi jumlah pembeli baru setiap bulannya, karena setiap percetakan tentunya memiliki keunggulan masing-masing yang dapat menarik pembeli. Dalam tabel 3 di bawah ini terdapat jumlah pembeli Percetakan Wellen Print Pasar Minggu pada Bulan Juli-Desember 2023.

Tabel 3. Jumlah Pelanggan Wellen Print Pada Bulan Juli - Desember 2023

Bulan	Jumlah Pembeli	Pertumbuhan
Juli	1167	-
Agustus	937	-19,71%
September	727	-22,41%
Oktober	852	17,91%
November	1.085	27,35%
Desember	1.225	12,9%

Sumber: Manajemen Wellen Print

Berdasarkan data dan uraian di atas terjadinya fluktuasi jumlah pelanggan pada Percetakan Wellen Print diakibatkan karena adanya beberapa keluhan, dimana keluhan ini terkait dengan layanan dan kemudahan transaksi di Percetakan Wellen Print Pasar Minggu. Menurut Blattebert dan Deighton (1996) adalah lebih sederhana untuk mempertahankan *current customer* daripada menarik *customer* baru. Dengan demikian pentingnya untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi untuk memahami harapan pelanggan terhadap pelayanan dan kemudahan yang telah diupayakan perusahaan ini.

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan kepuasan pelanggan di Wellen Print? Dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial? Untuk tujuan dari penelitian ini yaitu agar dapat menjawab semua pertanyaan yang adapada rumusan masalah.

Menurut Tjiptono, (2007) memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, sekaligus menciptakan keseimbangan antara pengiriman yang tepat dengan ekspektasi konsumen. Layanan yang dimaksud adalah layanan yang ditentukan sesuai dengan standar, contohnya proses pengenalan produk yang baik kepada konsumen.

Selain itu Usama, (2003) berpendapat bahwa kualitas layanan merupakan cerminan sikap suatu hubungan yang tercipta dengan membandingkan harapan (*expectation*) dan kinerja (*result*). Layanan yang akan diterima dengan baik atau positif jika jasa yang diberikan sesuai dengan harapan.

Pelayanan merupakan komponen evaluasi yang merepresentasikan pendapat pelanggan terhadap 5 (lima) indikator kinerja pelayanan tertentu, menurut Tjiptono dan Chandra dalam Indrasari, (2019). Kelima indikator kualitas layanan tersebut sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Berwujud), seperti estetika bangunan, peralatan, dan bahan yang digunakan oleh perusahaan, beserta tampilan fisik para stafnya.

2. Keandalan, mencakup kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat dan baik secara konsisten, menghindari kesalahan, dan memenuhi jadwal yang telah ditetapkan.
3. Daya tanggap, adalah niat dan kapabilitas untuk mendampingi pelanggan dan melaksanakan instruksi mereka, memberikan layanan dengan keceptan dan ketepatan, serta memberikan informasi mengenai jadwal pelayanan.
4. *Assurance* (Jaminan), yang merujuk pada upaya karyawan dalam membangun kepercayaan dari perusahaan ke pelanggan serta bagaimana perusahaan memberikan ketenangan kepada pelanggan.
5. Empati, adalah kemampuan perusahaan untuk memahami dan peduli terhadap masalah yang dihadapi oleh konsumennya, bertindak untuk kepentingan mereka, memberikan perhatian khusus kepada kebutuhan konsumen, dan menawarkan jam operasional yang nyaman bagi mereka.

Yuliawan, et.al. (2018) yang berpendapat bahwa efisiensi dan keefektifan yang diperoleh konsumen dalam melakukan pembayaran atas produk yang dibeli, melalui setiap tahap yang sederhana, dapat dihubungkan dengan kenyamanan dalam proses transaksi.

Presepsi kemudahan transaksi menurut Widiyanto dan Prasilowati, (2015) yaitu:

1. Kemudahan dalam cara pembayaran
Ini bisa dilakukan melalui beragam cara pembayaran layaknya kartu kredit, transfer bank, *e-wallet*, dan opsi pembayaran *online* lainnya, sehingga pengguna dapat menghemat waktu dan energi saat bertransaksi.
2. Keterbukaan informasi selama proses transaksi
Tindakan ini dilaksanakan untuk menjamin bahwa seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi memperoleh informasi yang setara dan tidak ada pihak yang mengalami kerugian. Keterbukaan informasi selama proses transaksi juga bermanfaat dalam mencegah timbulnya konflik kepentingan di antara pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.
3. Kemudahan prosedur pemesanan
Bisa dipahami sebagai proses pemesanan yang simpel dan mudah, proses pembelian yang memberikan informasi dan pengalaman yang memuaskan, serta penyelesaian produk yang efisien.

Menurut Sangadji, (2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dialami seseorang, baik itu kebahagiaan atau kekecewaan, ketika membandingkan persepsinya terhadap kinerja aktual atau nyata produk dan layanan dengan harapannya. Apabila pelanggan merasa puas, artinya kinerja telah memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan.

Menurut Indrasari, (2019) menyatakan bahwa dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat tiga metode, yaitu:

1. Kesesuaian Harapan artinya, kepuasan tidak diukur secara langsung, tetapi dipahami melalui sejauh mana harapan pelanggan cocok atau tidak cocok dengan kinerja aktual perusahaan.
2. Minat Berkunjung Kembali artinya, pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan mencari tahu apakah konsumen bersedia untuk melakukan pembelian atau mengaplikasikan jasa perusahaan kembali.
3. Kesiediaan Merekomendasikan artinya, pengukuran kepuasan pelanggan bisa dilakukan dengan mencari tahu apakah pelanggan akan mengajukan rekomendasi produk atau jasa tersebut kepada orang lain, termasuk keluarga, teman, dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan memanfaatkan metode

survei melalui penggunaan kuesioner yang disebar kepada 100 responden. Survei ini dilaksanakan secara *online* menggunakan *Google Form*. Selanjutnya, dalam menetapkan sampel, digunakan teknik *Purposive Sampling* untuk memilih responden yang sesuai dengan target dari populasi yang diteliti. Adapun ketentuan respondennya yaitu pelanggan yang pernah memakai jasa cetak secara *online* di Wellen Print Pasar Minggu. Data yang telah terverifikasi valid dan reliabel melalui pengujian instrumen, kemudian diproses menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengevaluasi pengaruh antar variabel dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Profil Responden

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 62 responden dari 100 responden dengan pekerjaan responden umumnya adalah pekerja swasta. Rata-rata pengeluaran perbulan responden berkisar antara 0 hingga 5 juta rupiah, hal tersebut dikarenakan harga jasa cetak di Wellen Print memang tergolong ekonomis. Selanjutnya 100% responden berada di Jabodetabek, dapat diartikan para pelanggan jasa cetak Wellen Print belum di kenal sampai seluruh Indonesia.

Hasil Uji Validitas

Tujuan dari Uji Validitas adalah untuk menentukan kesahan data uji coba penelitian. Keputusan dalam Uji Validitas ini diambil berdasarkan perbandingan antara nilai *r*-hitung dan *r*-tabel. Jika *r*-hitung > *r*-tabel, maka data dianggap valid, sebaliknya, jika *r*-hitung < *r*-tabel, maka data dianggap tidak valid.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item	Taraf Kesalahan	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X1.1	0,05	0,361	0,877	Valid
	X1.2	0,05	0,361	0,811	Valid
	X1.3	0,05	0,361	0,865	Valid
	X1.4	0,05	0,361	0,884	Valid
	X1.5	0,05	0,361	0,810	Valid
	X1.6	0,05	0,361	0,954	Valid
	X1.7	0,05	0,361	0,869	Valid
	X1.8	0,05	0,361	0,905	Valid
	X1.9	0,05	0,361	0,971	Valid
	X1.10	0,05	0,361	0,940	Valid
Kemudahan Transaksi (X ₂)	X2.1	0,05	0,361	0,744	Valid
	X2.2	0,05	0,361	0,898	Valid
	X2.3	0,05	0,361	0,940	Valid
	X2.4	0,05	0,361	0,915	Valid
	X2.5	0,05	0,361	0,914	Valid
	X2.6	0,05	0,361	0,901	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,05	0,361	0,944	Valid
	Y2	0,05	0,361	0,917	Valid
	Y3	0,05	0,361	0,929	Valid
	Y4	0,05	0,361	0,888	Valid
	Y5	0,05	0,361	0,949	Valid
	Y6	0,05	0,361	0,935	Valid

Sumber: Data SPSS diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji coba validitas yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan (X₁) dan kemudahan transaksi (X₂) serta kepuasan pelanggan (Y) dengan jumlah sampel 30 (n=30)

dengan r tabel 0,361 dan $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 22 butir pernyataan yang dinyatakan valid karena nilai lebih tinggi dari 0,361.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika alat ukur digunakan secara berulang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Cronbach Alpha* untuk menilai apakah setiap instrumen dapat diandalkan atau tidak.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,971	10	Realibel
Kemudahan Transaksi (X_2)	0,971	6	Realibel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,987	6	Realibel

Sumber: Data SPSS diolah (2024)

Berdasarkan hasil pada tabel di atas yang didapat bahwa *Alpha Cronbach* yang dimiliki variabel kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,60. Maka seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Linear Berganda

Metode analisis data ini merespon pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah, dengan tujuan untuk menginvestigasi apakah setiap variabel memiliki dampak terhadap variabel yang bergantung, baik secara parsial maupun bersamaan. Berikut adalah formula yang diterapkan dalam penelitian ini.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisiensi Regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kepuasan Pelanggan

Analisis ini dilakukan untuk dapat menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan persamaan regresi. Hasil analisis linier berganda terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Analisis Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.309	.140		2.209	.030
	Kualitas Pelayanan (X_1)	.642	.100	.664	6.396	.000
	Kemudahan Transaksi (X_2)	.292	.103	.295	2.842	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data SPSS yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 6 didapatkan persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

$$Y = 0,309 + 0,642X_1 + 0,292X_2$$

Penelitian ini mempunyai nilai konstanta positif yakni 0,309. Apabila nilai koefisien pada kualitas pelayanan (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) bernilai 0, maka kepuasan pelanggan (Y) terhadap Wellen Print Pasar Minggu akan mengalami peningkatan nilai sebesar

0,135. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) bernilai positif yaitu 0,642. Hal ini memiliki arti, setiap satuan variabel kualitas pelayanan (X_1) meningkat 1 (satu), maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan naik sebanyak 0,642 dengan asumsi variabel kemudahan transaksi (X_2) bernilai 0. Koefisien variabel kemudahan transaksi (X_2) bernilai positif yaitu 0,292. Hal ini memiliki arti setiap satuan variabel kemudahan transaksi (X_2) meningkat 1 (satu), maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebanyak 0,292 dengan anggapan variabel kualitas pelayanan (X_1) bernilai 0.

Hasil Uji F (Simultan)

Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05 maka variabel bebas secara simultan dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika berlawanan, maka variabel independen secara simultan dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.357	2	28.679	441.582	.000 ^b
	Residual	6.300	97	.065		
	Total	63.657	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data SPSS diolah (2024)

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai f hitung variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) adalah sebesar $441.582 > f$ tabel 3.09. Kemudian berdasarkan nilai signifikansi, dipahami nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kemudahan transaksi (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Hasil Uji T

Kriteria untuk pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka variabel bebas dianggap berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Jika sebaliknya, maka variabel independen dianggap tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.309	.140		2.209	.030
	Kualitas Pelayanan (X1)	.642	.100	.664	6.396	.000
	Kemudahan Transaksi (X2)	.292	.103	.295	2.842	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data SPSS diolah (2024)

Pada tabel 8 dinyatakan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai signifikansi variabel kemudahan transaksi sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi mempengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wellen Print Pasar Minggu secara parsial.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dipakai untuk menggambarkan seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen atau seberapa baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independen. Berikut adalah tabel hasil pengujian koefisien determinasi (R^2).

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.901	.899	.25484

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data SPSS diolah (2024)

Berdasarkan tabel 9 diketahui bahwasanya angka *Adjusted R Square* sejumlah 0,899 atau 89,9%. Hal tersebut berarti variabel kualitas pelayanan (X1) dan kemudahan transaksi (X2) memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 89,9% dan sebanyak 10,1% lainnya dikuasai oleh hal lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Penilaian pelanggan tentang kualitas pelayanan yang sudah dilakukan Wellen Print sangat baik, dengan nilai indikator tertinggi yaitu 4,43. Lalu pada tanggapan responden mengenai kemudahan transaksi dinilai sangat mudah, hal tersebut menunjukkan bahwa pemesanan di Wellen Print memiliki cara dan prosedur yang sangat mudah dipahami. Sedangkan pada tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dinilai sangat memuaskan dengan indikator paling tinggi yaitu 4,36 sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kepuasan untuk memakai jasa Wellen Print kembali. Untuk hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan dan kemudahan transaksi secara simultan maupun parsial, hal ini menunjukkan bahwa penting bagi perusahaan harus memiliki strategi dalam pengoptimalan kualitas pelayanan jasa dan kemudahan transaksi untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa percetakan Wellen Print.

SARAN

Saran untuk jasa percetakan Wellen Print perlu meningkatkan kualitas pelayanan, salah satunya dengan keanadalan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan terhadap informasi yang diberikan. Lalu untuk memudahkan tahap transaksi bisa diselesaikan dalam waktu relatif singkat sebaiknya dapat mengevaluasi performa penyelesaian pesanan dengan lebih responsif dan efisien agar memberikan bantuan yang cepat dan tepat waktu seperti menggunakan analisis data untuk memahami pola pembelian pelanggan dan mengantisipasi permintaan. Dengan menerapkan proses kontrol kualitas yang ketat pada setiap tahap produksi. Mulai dari persiapan desain hingga proses cetak dan finishing, pastikan bahwa setiap produk cetak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmawati, R dan M, Wahyudin. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. Surakarta: Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS.
- Blattberg, R.C. dan Deighton, J. 1996. Manage marketing by the customer equity test. *Harvard Business Review*, July-Augst, Hal, 136-141.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Safitri, K., & Widiati, E. (2022). Pengaruh online customer review, rating, dan kepercayaan terhadap niat beli konsumen pada aplikasi tokopedia. *Jurnal MANAJERIAL*, 21(2), 153-160.
- Sangadji, Mamang dan Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satifcation: Edisi 3*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Usmara, A. (2003), *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Books.
- Widiyanto, I. dan Prasilowati S.L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.17, No. 2: 109–112.
- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia (studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Ekonomi dan kewirausahaan*, 34-49.