

## Kualitas Layanan Penjualan Barang Di Toko Pandi Kota Gorontalo

Alfiah Dunggio<sup>1</sup>, Lisda Van Gobel<sup>2</sup>, Sabriana Octaviana Gintulangi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bina Taruna Gorontalo

Corresponding Author: Alfiah Dunggio, e-mail: [alfiahdunggio09@gmail.com](mailto:alfiahdunggio09@gmail.com),  
[lisdavangobel69@gmail.com](mailto:lisdavangobel69@gmail.com), [sabrianna05@gmail.com](mailto:sabrianna05@gmail.com)

Published: July , 2025

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan penjualan barang di Toko Pandi, Kota Gorontalo. Fokus evaluasi layanan menggunakan tiga dimensi utama: keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), dan empati (empathy). Melalui pendekatan ini, penelitian diarahkan untuk mengungkap sejauh mana pelayanan toko memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian berada di Toko Pandi, Kota Gorontalo. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: observasi langsung terhadap interaksi pelayanan, wawancara mendalam dengan pelanggan dan staf toko, serta dokumentasi operasional dan prosedur layanan yang berlaku. Teknik triangulasi digunakan untuk meningkatkan validitas data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pandi telah berupaya menyediakan layanan yang baik dan konsisten. Namun, beberapa kendala menghambat keandalan layanan: keterbatasan jumlah pegawai, ruang toko yang sempit, sistem transaksi manual, serta keterbatasan fasilitas parkir. Kendala serupa juga memengaruhi daya tanggap toko dalam merespons kebutuhan pelanggan; kurangnya pelatihan, ketidaksiapan menghadapi situasi sibuk, serta lambatnya respons terhadap permintaan mendadak menjadi faktor utama. Sementara itu, tingkat empati karyawan relatif baik terlihat dari upaya mereka memberikan perhatian kepada pelanggan meskipun dalam situasi tertentu menunjukkan kekurangan; seperti kurangnya kesabaran dalam menangani keluhan mendadak dan komunikasi yang kurang jelas.

Temuan penelitian menegaskan bahwa kendala operasional di aspek keandalan, respon, dan empati memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan serangkaian rekomendasi strategis: penambahan jumlah pegawai, perluasan atau penataan ulang ruang toko, modernisasi sistem transaksi, peningkatan fasilitas parkir, serta pelatihan layanan pelanggan yang terfokus. Dengan langkah-langkah tersebut, Toko Pandi dapat meningkatkan kualitas pelayanan, mendorong kepuasan pelanggan, dan memperkuat hubungan jangka panjang yang positif.

**Keywords:**Keandalan (reliability) 1; Daya Tanggap (responsiveness) 2; Empati (empathy) 3

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

---

### PENDAHULUAN

Kualitas layanan atau jasa berfokus pada pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan, disertai dengan ketepatan dalam penyampaian guna memenuhi ekspektasi mereka. Tujuan utama dari kualitas pelayanan adalah menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan rasa puas, loyalitas, dan kepercayaan terhadap perusahaan (Purnandika & Septiana, 2023). Melalui penyediaan layanan yang unggul, perusahaan mampu menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan, memperkuat citra atau reputasi, serta meraih keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar. Selain itu, pelayanan yang baik juga dapat mengurangi keluhan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa persaingan dalam industri perdagangan, khususnya usaha grosir, semakin ketat. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah pelaku usaha yang terjun ke sektor ini, baik sebagai pedagang grosir maupun eceran. Di sisi lain, perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama dengan berkembangnya digitalisasi dalam sektor perdagangan, turut mempengaruhi strategi bisnis yang harus diterapkan oleh para pelaku usaha grosir (Sibuea et al., 2025).

Grosir adalah jenis usaha yang melakukan penjualan barang dalam jumlah besar, bukan secara satuan atau eceran. Umumnya, usaha grosir melayani pedagang kecil atau pemilik toko yang nantinya menjual kembali barang tersebut kepada konsumen dalam bentuk eceran. Keberadaan usaha grosir sangat membantu pelaku usaha kecil dalam memperoleh barang dengan harga lebih terjangkau (Made et al., 2022). Selain itu, industri grosir juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja di tengah tingginya angka pengangguran di Indonesia. Ketidakseimbangan antara ketersediaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan penduduk menjadi salah satu faktor utama tingginya tingkat pengangguran. Terlebih lagi, sejak awal tahun 2020, pandemi global menyebabkan banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja secara besar-besaran (Wati et al., 2024).

Toko grosir dapat memberikan pelayanan yang optimal dengan sistem transaksi yang akurat serta tenaga kerja yang terlatih. Namun, pada kenyataannya, berbagai permasalahan dalam operasional toko masih sering terjadi, yang dapat berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan dan daya saing usaha (Gustini & Efrianti, 2018). Dalam idealnya, usaha grosir diharapkan dapat memberikan layanan yang cepat, akurat, dan profesional kepada pelanggan. Namun, kenyataannya, masih banyak toko grosir yang menghadapi kendala dalam operasionalnya. Beberapa masalah yang sering muncul meliputi Adanya Keterlambatan dalam Menyediakan Barang, Kurangnya Daya Tanggap Karyawan, dan Kurangnya Empati Atau Kepedulian Terhadap Kebutuhan Pelanggan Pada Saat Berbelanja (Kamal et al., 2022).

Toko Grosir PANDI merupakan salah satu toko grosir besar dan lengkap yang berlokasi di Jalan Bandeng, Kelurahan Bugis, Kecamatan Kota Timur. Toko ini didirikan pada tahun 2012 sebagai warung eceran, kemudian berkembang menjadi toko grosir setelah dua tahun beroperasi. Toko ini dikelola oleh Bapak Pandi Supandi Halid dan saat ini mempekerjakan tujuh orang karyawan yang terbagi ke dalam dua divisi, yakni dua orang di bagian gudang dan lima orang di bagian pelayanan. Seiring dengan meningkatnya jumlah pesaing dalam industri grosir, Toko Grosir Pandi menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berikut adalah beberapa kendala yang mempengaruhi kualitas layanan penjualan barang di Toko Pandi, Kota Gorontalo yaitu :

a. Keandalan (reliability)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Ini berarti pelanggan dapat mengandalkan layanan yang konsisten dan sesuai harapan, tanpa kesalahan (Al-Douri & Groth, 2024). Keandalan mengacu pada konsistensi kinerja dan kemampuan untuk memberikan layanan secara tepat waktu dan sesuai standar. Dalam konteks toko atau ritel, keandalan mencakup ketepatan dalam transaksi, ketersediaan produk, dan kesesuaian informasi (Chauhan et al., 2024).

Keandalan adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang dapat diulangi dengan hasil yang serupa. Artinya, pelanggan merasa yakin bahwa setiap kali bertransaksi, hasil dan kualitas layanannya sama baiknya (Elshurafa et al., 2022). Keandalan adalah dimensi kualitas layanan yang menunjukkan sejauh mana penyedia jasa memenuhi janjinya dan melakukan apa yang dikatakan akan dilakukan. Ini meliputi komitmen terhadap waktu, kualitas produk, dan akurasi dalam proses layanan (Omar et al., 2015).

b. Daya Tanggap (responsiveness)

Daya tanggap adalah kesediaan dan kemampuan suatu institusi atau karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Ini mencerminkan sejauh mana pelayanan mampu menanggapi permintaan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan secara tepat waktu (Gren & Lenberg, 2020). Daya tanggap adalah suatu bentuk perhatian perusahaan terhadap konsumen dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Ini termasuk kecepatan dalam merespons keluhan, memberi informasi, dan menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan (Chen et al., 2021).

Responsiveness adalah komitmen organisasi dalam memberikan bantuan secepat mungkin ketika pelanggan membutuhkan. Hal ini menunjukkan tingkat kesiapan dan kepedulian penyedia layanan dalam menjawab kebutuhan pelanggan (Liao, 2018). Daya tanggap dapat diartikan sebagai kemampuan dan kecepatan penyedia layanan dalam memberikan respons terhadap kebutuhan, pertanyaan, atau masalah yang disampaikan oleh pelanggan, yang mencakup komunikasi yang efektif, ketepatan waktu, serta ketulusan dalam melayani (Ahmadi Kashkoli et al., 2017).

c. Empati (empathy)

Empati adalah keadaan mental yang membuat seseorang merasa atau mengidentifikasi dirinya dalam keadaan perasaan atau pikiran yang sama dengan orang atau kelompok lain (Bollmer, 2017). Empati merupakan kemampuan untuk merasakan dan memahami apa yang dirasakan oleh orang lain, termasuk memahami perspektif mereka dan menanggapi dengan kepedulian. Ini adalah bagian penting dari kecerdasan emosional (Papoutsis & Drigas, 2017).

Empati adalah suatu respons afektif yang muncul dari pemahaman terhadap kondisi emosional orang lain, yang mencakup dua aspek utama: empati kognitif (memahami pikiran orang lain) dan empati emosional (merasakan apa yang orang lain rasakan) (Jannati & Hamandia, 2021). Empati adalah kemampuan seseorang untuk masuk ke dalam dunia pribadi orang lain dan memahami perasaan serta makna yang dialami orang tersebut, seakan-akan menjadi orang itu sendiri, namun tanpa kehilangan identitas dirinya (Febrianti & Setiawati, 2023).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat fakta-fakta yang ditemukan di lapangan (Assyakurrohim et al., 2023), khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan penjualan barang di Toko Pandi, Kota Gorontalo. Fokus utama dalam penelitian ini adalah pada tiga dimensi layanan, yakni keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), dan empati (empathy), yang dianggap sebagai indikator penting dalam mengukur kualitas layanan dari sudut pandang konsumen.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui interaksi lapangan, seperti wawancara dan observasi terhadap aktivitas pelayanan di Toko Pandi. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen dan catatan yang relevan, seperti laporan penjualan, arsip toko, serta literatur yang mendukung pembahasan mengenai kualitas layanan.

Untuk memperoleh data yang valid dan mendalam, peneliti menggunakan tiga teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung interaksi antara karyawan dan pelanggan. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman dan pendapat dari konsumen serta karyawan. Sedangkan dokumentasi dimanfaatkan untuk melengkapi dan memperkuat data yang telah diperoleh.

Dalam proses analisis data, peneliti melakukan tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Tahap reduksi data mencakup kegiatan meringkas, memilih informasi yang relevan, serta mencari tema atau pola tertentu dari keseluruhan data yang terkumpul. Reduksi dilakukan untuk menyaring data agar fokus pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, pada tahap penyajian data, peneliti menyusun data yang telah direduksi dalam bentuk yang mudah dipahami dan komunikatif, guna memudahkan proses interpretasi. Bentuk penyajian ini dapat berupa narasi, tabel, atau diagram sesuai kebutuhan. Tahap akhir adalah verifikasi, yaitu proses penarikan kesimpulan dari keseluruhan data yang telah dianalisis. Pada tahap ini, peneliti memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan benar-benar didukung oleh bukti dan data yang valid.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Keandalan (reliability)

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa meskipun pelayanan yang diberikan oleh Toko Pandi sudah cukup baik dalam beberapa aspek, seperti menjaga kondisi barang, kemasan, dan memberikan perhatian kepada konsumen, masih terdapat beberapa kendala yang memengaruhi kelancaran pelayanan. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, yang salah satunya tercermin melalui keandalan (reliability). Namun demikian, kendala utama yang dihadapi Toko Pandi adalah keterbatasan jumlah pegawai, ruang gudang yang sempit, serta proses transaksi yang masih dilakukan secara manual.

### b. Daya Tanggap (responsiveness)

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun pihak Toko Pandi berusaha memberikan pelayanan yang baik, ada beberapa kendala yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Secara umum, pegawai toko sudah menunjukkan respons yang baik, termasuk keramahan dan kesiapan dalam melayani pembeli. Namun, keterbatasan jumlah pegawai menjadi masalah utama yang menghambat efisiensi pelayanan, terutama saat toko sedang ramai. Karyawan kesulitan menangani banyak pembeli secara bersamaan, yang berdampak pada lambatnya respons terhadap permintaan konsumen.

### c. Empati (empathy)

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan di toko tersebut sudah cukup baik, namun masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal Empati terhadap pembeli. Secara umum, karyawan sudah menunjukkan sikap perhatian yang baik terhadap konsumen, namun ada beberapa situasi di mana empati tersebut terlihat kurang optimal. Salah satunya adalah ketika karyawan merasa tertekan atau frustrasi akibat perubahan permintaan mendadak dari pembeli, seperti meminta barang lain setelah barang pertama diambil. Hal ini menciptakan kesulitan bagi karyawan, yang pada akhirnya bisa mempengaruhi sikap mereka dalam merespons pembeli.

### 1. Keandalan (reliability)

Keandalan (reliability) dalam pelayanan adalah salah satu aspek krusial yang menentukan kualitas pengalaman pelanggan di sebuah toko. Keandalan berkaitan dengan kemampuan suatu layanan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dengan cara yang konsisten, akurat, dan tanpa kesalahan. Hal ini sebanding dengan pendapat Menurut Tjiptono bahwa dimensi kepuasan konsumen berpengaruh pada Reliability (keandalan), Kemampuan untuk melaksanakan produk atau jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya. (Samsir, 2020).

Uraian wawancara di atas menunjukkan bahwa keandalan (reliability) dalam pelayanan Toko Pandi masih terpengaruh oleh beberapa faktor yang dapat mengurangi kualitas dan konsistensi layanan. Keandalan merupakan elemen penting dalam layanan pelanggan, yang berhubungan dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan atau diharapkan oleh pelanggan, secara konsisten dan tanpa kesalahan. Berikut beberapa kendala yang ditemui, diantaranya : 1) Jumlah Pegawai yang Terbatas, Keandalan pelayanan di toko tersebut terhambat oleh jumlah pegawai yang terbatas, terutama saat toko sedang ramai. Ketika pegawai tidak cukup untuk melayani jumlah pembeli yang banyak, kualitas dan konsistensi pelayanan menurun. Konsumen tidak selalu mendapatkan pelayanan yang cepat dan memadai, yang mempengaruhi kepuasan mereka. 2) Proses Persiapan Barang yang Lambat. Proses persiapan barang yang memakan waktu lebih lama juga mengganggu keandalan pelayanan. Karena ruang toko yang sempit, pegawai kesulitan untuk mengakses barang dengan cepat dan efisien. Dalam kondisi seperti ini, pelanggan mungkin merasa bahwa pelayanan tidak dapat diandalkan, karena mereka harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan. 3) Proses Transaksi Manual. Proses transaksi yang masih dilakukan secara manual juga menurunkan tingkat keandalan layanan. Ketika

transaksi dilakukan secara manual, terutama di saat toko ramai, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi menjadi lebih lama. Hal ini membuat proses pembayaran terasa tidak efisien dan dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap keandalan pelayanan toko. Dan 4) Masalah Parkir yang Mengganggu. Masalah pengelolaan parkir juga menjadi hambatan dalam menjaga keandalan pelayanan. Ketika konsumen memarkirkan kendaraan sembarangan, pegawai harus meluangkan waktu untuk memindahkan kendaraan, yang tentunya mengurangi waktu yang dapat digunakan untuk melayani konsumen. Tindakan ini menyebabkan keterlambatan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan lainnya, yang pada gilirannya memengaruhi keandalan toko dalam menjaga kualitas pelayanan.

## 2. Daya Tanggap (responsiveness)

Daya tanggap (responsiveness) adalah salah satu elemen penting dalam pelayanan yang mengacu pada kemampuan pegawai untuk merespons permintaan dan kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efisien. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam (Putri et al., 2024), dalam model SERVQUAL, daya tanggap adalah salah satu dimensi utama yang menentukan kualitas layanan. Pelayanan yang responsif sangat penting untuk membangun kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan jangka panjang, karena pelanggan cenderung menghargai layanan yang cepat dan tanggap terhadap masalah mereka.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa daya tanggap Toko Pandi terhadap kebutuhan pelanggan masih terhambat oleh beberapa faktor. Keterbatasan jumlah pegawai, masalah parkir, kurangnya pelatihan yang memadai, dan ketidakmampuan untuk mengelola ketegangan dalam situasi sibuk menjadi hambatan utama dalam merespons konsumen dengan cepat dan efektif. Untuk meningkatkan daya tanggap pelayanan, toko perlu menambah jumlah pegawai, memperbaiki sistem parkir, memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada pegawai, dan mengajarkan keterampilan dalam mengelola stres serta ketegangan. Dengan perbaikan di bidang-bidang ini, Toko Pandi dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam merespons dengan cepat, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

## 3. Empati (empathy)

Empati merupakan salah satu elemen penting dalam kualitas pelayanan yang mengacu pada kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan orang lain, serta memberikan respon yang sesuai dengan perasaan dan kebutuhan mereka. Hal ini selaras dengan penelitian Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam (Tjiptono, 2022) tentang kualitas layanan, dimana mereka mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan, salah satunya adalah empathy (empati), yang mencakup perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan dan pemahaman terhadap kebutuhan mereka. Dalam konteks pelayanan di Toko Pandi, empati berperan besar dalam menciptakan hubungan yang lebih baik antara karyawan dan konsumen.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa Toko Pandi telah menunjukkan perhatian yang baik terhadap pelanggan, namun ada beberapa area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan empati dalam pelayanan. Menurut (Laksono & Soliha, 2022) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari empati (Empathy). Empati yang lebih dalam akan memperkuat kualitas pelayanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menciptakan suasana yang lebih positif dan nyaman di toko. Pelatihan mengenai kesabaran, pengelolaan stres, tanggapan terhadap keluhan, dan komunikasi yang lebih jelas dapat membantu karyawan meningkatkan empati mereka terhadap konsumen. Dengan menerapkan pelatihan empati yang lebih intensif dan memperbaiki komunikasi dalam situasi yang penuh tekanan, toko dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan membangun hubungan yang lebih kuat antara karyawan dan pelanggan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa: Pertama, Toko Pandi perlu meningkatkan keandalan layanan dengan menambah jumlah pegawai, memperbaiki sistem transaksi manual, serta menata ulang ruang toko dan area parkir agar pelayanan lebih konsisten dan berkualitas. Kedua, Untuk meningkatkan daya tanggap, toko harus memperkuat manajemen internal, seperti memperbaiki sistem parkir, menambah staf, dan memberikan pelatihan agar karyawan mampu merespons kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat. Ketiga, Karyawan perlu dilatih dalam kesabaran, pengelolaan stres, dan komunikasi empatik agar dapat memberikan pelayanan yang lebih ramah, memahami keluhan pelanggan, dan membangun hubungan yang positif. Keempat, Dengan perbaikan di aspek keandalan, responsivitas, dan empati, Toko Pandi dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membangun loyalitas jangka panjang.

Untuk mengatasi hal ini, Untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Toko Pandi, diperlukan sejumlah langkah strategis yang terintegrasi. Salah satunya adalah dengan menambah jumlah pegawai, khususnya pada jam-jam sibuk, guna meningkatkan keandalan dan daya tanggap pelayanan. Selain itu, penggunaan sistem transaksi modern seperti perangkat Point of Sale (POS) dapat mempercepat proses pembayaran dan meningkatkan efisiensi layanan. Pengelolaan parkir juga perlu diperhatikan, misalnya dengan bekerja sama dengan pihak berwenang untuk menyediakan area parkir tambahan atau menetapkan zona parkir yang jelas. Di sisi lain, pemberian pelatihan intensif kepada karyawan mengenai keterampilan komunikasi, manajemen stres, dan pengelolaan emosi sangat penting agar mereka lebih responsif dan empatik terhadap pelanggan. Penataan ulang ruang toko secara efisien juga dapat mempercepat akses ke barang dan mengurangi waktu tunggu. Komunikasi yang jelas mengenai produk, waktu pengambilan, dan prosedur pembayaran harus diperkuat guna membangun kepercayaan. Menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan melalui sikap ramah dan pelayanan yang cepat serta empatik juga menjadi kunci utama. Terakhir, evaluasi rutin terhadap kualitas layanan melalui survei kepuasan pelanggan sangat diperlukan agar strategi pelayanan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

## DAFTAR PUTAKA

- Ahmadi Kashkoli, S., Zarei, E., Daneshkohan, A., & Khodakarim, S. (2017). Hospital responsiveness and its effect on overall patient satisfaction: A cross-sectional study in Iran. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 30(8), 728–736.
- Al-Douri, A., & Groth, K. M. (2024). Hydrogen production via electrolysis: State-of-the-art and research needs in risk and reliability analysis. *International Journal of Hydrogen Energy*, 63(January), 775–785.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Bollmer, G. (2017). Empathy machines. *Media International Australia*, 1(14), 63–76.
- Chauhan, A., Golestani, N., Liu, H., Salehi, F., & Abbassi, R. (2024). Human reliability assessment in hydrogen refuelling stations: A system dynamic approach. *International Journal of Hydrogen Energy*, 56(December 2023), 41–54.
- Chen, J. S., Le, T. T. Y., & Florence, D. (2021). Usability and responsiveness of artificial intelligence chatbot on online customer experience in e-retailing. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 49(11), 1512–1531.
- Elshurafa, A. M., Muhsen, A. R., & Felder, F. A. (2022). Cost, footprint, and reliability implications of deploying hydrogen in off-grid electric vehicle charging stations: A GIS-assisted study for Riyadh, Saudi Arabia. *International Journal of Hydrogen Energy*, 47(76), 32641–32654.
- Febrianti, K., & Setiawati, D. (2023). Empati Peserta Didik Saat Belajar Kelompok. *Jurnal BK UNESA*, 13(1), 53–62.
- Gren, L., & Lenberg, P. (2020). Agility is responsiveness to change: An essential definition.

- ACM International Conference Proceeding Series*, 15(17), 348–353.
- Gustini, T., & Efrianti, D. (2018). Peranan Penerapan Sistem Persediaan Just In Time Terhadap Hasil Produksi Studi Kasus Pada Toko Grosir Sepatu Vileva Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 1(3), 221–232.
- Jannati, Z., & Hamandia, M. R. (2021). Persepsi Mahasiswa Tentang Urgensi Empati Dalam Berkomunikasi Di Era 5.0. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 5(2), 59–72.
- Kamal, A., Fitri, R., Rusman, Y., & Sohras, S. (2022). Keandalan (Reliability) Dan Daya Tanggap (Responsiveness) Pada Kinerja Pelayanan Di Showroom Mbc. *Jurnal Ilmiah Peternakan*, 4(1), 12–21.
- Laksono, C. D., & Soliha, E. (2022). Kepuasan Pelanggan: Peran Nilai Pelanggan, Citra Merek dan Kualitas Produk. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 277–285.
- Liao, Y. (2018). Toward a Pragmatic Model of Public Responsiveness: Implications for Enhancing Public Administrators' Responsiveness to Citizen Demands. *International Journal of Public Administration*, 41(2), 159–169.
- Made, I., Atmaja, D., Ali, S., Subagja3, G., Ilmu, J., Bisnis, A., & Lampung, U. (2022). Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Bisnis Grosir Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 5(1), 52–62.
- Omar, H. F. H., Saadan, D. K. Bin, & Seman, P. K. Bin. (2015). Determining the Influence of the Reliability of Service Quality on Customer Satisfaction: The Case of Libyan E-Commerce Customers. *International Journal of Learning and Development*, 5(1), 86.
- Papoutsis, C., & Drigas, A. S. (2017). Empathy and mobile applications. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 11(3), 57–66.
- Purnandika, R. A., & Septiana Hana. (2023). Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Umum di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(2), 25–32.
- Putri, D. A., Sani, M., Athanya, N., Irnawati, I., & Rahmadsyah, A. (2024). Studi literatur: Pengaruh kualitas fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Liu's Nelayan di Cemara Asri Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(10), 190–197.
- Samsir, N. (2020). Pengaruh Keandalan Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Di Mahakarya Photography. *Jurnal Respositori Universitas Negeri Makassar*, Februari 2021, Hal. 5.
- Sibuea, N., Damanik, R. E., & Alwashliyah, U. (2025). Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha di Pasar Grosir Simpang Limun Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(1), 120–125.
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan layanan prima edisi 4*. Penerbit Andi.
- Wati, I. M. A. N. F. U. F. L. (2024). Pengaruh Angkatan Kerja Dan Jumlah Penduduk Terhadap Pengangguran Di Provinsi Jawa Timur Ika. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 499–513.