



Bukti Fisik, Daya Tanggap dan Empati dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Studio Shutterkeep Photography Cileungsi

Physical Evidence, Responsiveness and Empathy in Influencing Consumer Satisfaction Shutterkeep Photography Studio Cileungsi

Submit: 27 Dec 2021

Review: 08 Jan 2022

Accepted: 01 Jan 2023

Publish: 30 Aug 2023

Ajeng Rahayu^{1*)}; Remilio Susanti Ester²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui bukti fisik, daya tanggap dan empati dalam mempengaruhi kepuasan konsumen studio Shutterkeep Photography Cileungsi. Penelitian di Shutterkeep Photography yang berlokasi di Jl. Cileungsi-Setu Pasir Angin, Kec Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat dengan menyebarkan kuesioner kepada 83 konsumen sebagai sampel. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensi diolah menggunakan program SPSS versi 22.0 for windows. Bukti fisik tidak mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan daya tanggap dan empati positif dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Bukti Fisik, Daya Tanggap, Empati, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine physical evidence, responsiveness and empathy in influencing consumer satisfaction of Shutterkeep Photography Cileungsi studio. Research at Shutterkeep Photography located on Jl. Cileungsi-Setu Pasir Angin, Cileungsi District, Bogor Regency, West Java by distributing questionnaires to 83 consumers as samples. The data analysis used is descriptive analysis and inference analysis processed using SPSS program version 22.0 for windows. Physical evidence does not affect consumer satisfaction while responsiveness and empathy affect consumer satisfaction.

Keywords : Physical evidence; Responsiveness; Eempathy; Consumer Satisfaction

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta; ajengrahayu@gmail.com

² Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta; jalasenastritika@gmail.com

1. Pendahuluan

Perusahaan dapat bersaing hanya jika mampu memberikan kepuasan konsumen yang dapat dilakukan dengan berbagai cara yang berbeda antara satu dengan yang lain. Dalam mengukur kepuasan konsumen dengan kegiatan menarik agar konsumen mau membeli atau memakai jasa yang di tawarkan sehingga iklim bisnis saat ini dapat tercipta. Pengukuran kepuasan konsumen sangat penting bagi setiap pemilik usaha supaya dapat mengetahui apakah pelanggan merasa puas atau tidak terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Rahmayanti, 2021). Kepuasan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan (Ulumiyyah, 2021). Kesadaran perusahaan akan pentingnya kepuasan konsumen semakin meningkat dan menjalankan strategi- strategi guna meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan gambaran perbedaan antara kinerja ataupun harapan. Jika harapan itu sendiri tinggi, sedangkan kinerja biasa-biasa saja, maka kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan hal yang tidak baik bagi konsumen. Sebaliknya, Jika kinerja melampaui dari apa yang di harapkan, kepuasan konsumen akan terjamin (Ulfa, 2021).

Studio Shutterkeep Photography adalah suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa seperti melayani photoshoot berbagai jenis seperti preweed, prewedding, foto wisuda dan keluarga dan masih banyak lagi jenis paket yang di tawarkan. Studio Shutterkeep Photography menghadapi kendala dimana terjadi fluktuasi. Penurunan penjualan studio Shutterkeep Photography menunjukkan adanya indikasi permasalahan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pada bisnis seperti ini menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan. Shutterkeep Photography sadar akan hal ini maka dari itu Shutterkeep Photography berupaya memberikan kualitas pelayanan dan prasarana yang membuat konsumen merasa puas seperti pelayanan yang diberikan oleh admin Shutterkeep Photography dengan cepat dan tanggap dalam merespon pertanyaan atau keluhan dari konsumen. Namun demikian tetap saja terjadi ketidakpuasan konsumen yang tergambar dari adanya komplain. Konsumen mengeluhkan dan merasa tidak puas karena penerapan yang diberikan oleh Shutterkeep Photography yaitu sistem masa tunggu pengambilan hasil foto selama 1 minggu dari masa kerja, hal ini menjadi keluhan dari konsumen yang belum mengerti akan adanya sistem yang di berlalukan karena waktu yang cukup lama. Kepuasan konsumen juga menurun karena layanan yang diberikan seperti membatasi jumlah foto, namun Shutterkeep Photography tetap memberikan kepuasan konsumen dalam bentuk lainnya seperti tidak hanya memberikan file softcopy namun juga memberikan beberapa cetak foto dan frame untuk ukuran tertentu selain itu juga foto akan di edit sesuai dengan permintaan konsumen.

Shutterkeep photography juga menerapkan sistem booking terlebih dahulu untuk menghindari bentrok konsumen satu dengan konsumen yang lain, dengan hal ini setiap konsumen memiliki jadwal dan jam yang berbeda membuat konsumen lebih nyaman dan tidak perlu menunggu sesi foto yang cukup lama. Shutterkeep Photography juga memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih konsep seperti apa yang di inginkan seperti foto di studio (indoor) dengan berbagai macam tema baground yang telah di sediakan atau foto di luar studio (outdoor) sesuai dengan keinginan konsumen. Tak hanya itu Shutterkeep Photography juga menyediakan jasa makeup atau tatarias dengan fasilitas yang lengkap tentunya agar konsumen bisa melakukan preweed tanpa harus menyiapkan makeup dan kostum sendiri.

Persaingan yang di alami menjadi semakin ketat, sehingga antar perusahaan atau pelaku bisnis harus bersaing untuk memberikan barang atau jasa dan layanan yang

berkualitas dan terbaik untuk konsumen. Konsumen yang mendapat layanan terbaik akan merasa puas (Syahputri, 2019). Pelayanan bagi penyedia jasa harus di terapkan dengan sebaik mungkin dan bisa bertahan lama dalam perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan sebaik-baiknya, kualitas pelayanan yang baik untuk mempengaruhi kepuasan konsumen harus dapat menghasilkan kepercayaan konsumen ,hal itu sangat berkaitan pada kualitas pelayanan yang dimana kualitas pelayanan ini merupakan aspek penting untuk mencapai kepuasan konsumen (Martini, 2020).

Dorongan dilakukan penelitian ini karena adanya research gap atau hasil penelitian yang berbeda dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Realize tahun 2018 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Stainlessindo Anugrah Karya di kota Batam. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sudarso tahun 2018 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sowe Bistro Medan.

Perbedaan temuan tentang pengaruh layanan terhadap kepuasan terjadi karena layanan yang dimaksud pada penelitian sebelumnya tidak spesifik. Pada penelitian ini layanan ditinjau dari dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik (tangibles) yaitu fasilitas fisik, kelengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, dengan melengkapi fasilitas dan kelengkapan sangat penting meningkatkan kualitas pelayanan dan mampu mewujudkan kepuasan konsumen (Fitriyani, 2020). Daya tangkap (responsiveness) keinginan para staff atau pegawai untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap dengan kemampuan perusahaan dengan melayani dengan cepat tanggap dan tepat konsumen akan merasa puas dan senang (Setiadi, 2021). Empati (empathy) yaitu kemudahan dalam menjamin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan para konsumen (Afrilliana, 2020). Kualitas pelayanan yang baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka konsumen akan merasa puas (Supriadi, 2021).

Berkaitan dengan bukti fisik (tangibles) sebagian konsumen menyatakan bahwa fasilitas yang dimiliki oleh Shutterkeep Photography belum memenuhi kepuasan para konsumen seperti keragaman background foto yang hanya berdominan berwarna putih. Berkaitan dengan daya tanggap (responsiveness) sebagian konsumen menyatakan Shutterkeep Photography memberikan pelayanan yang baik namun kurang maksimal seperti konsumen mengeluhkan masa tunggu lama terhadap hasil jadi foto tersebut, dan berkaitan dengan empati (empathy) Shutterkeep Photography berusaha memberikan respond dan dapat membantu konsumen serta memberi pemahaman.

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan kualitas layanan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian oleh Setiawan (2019:114-126), jumlah sampel penelitian 100 konsumen PT Borwita Citra Prima Bondowoso, jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian diperoleh kualitas pelayanan (daya tangkap, kehandalan, jaminan, bukti fisik dan empati) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian berikutnya yang diteliti oleh Doni Marlius, Izet Putriani (2019) dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil yang berbeda dilakukan oleh peneliti Natalia E.T Sihombing, MSi Ecancer Hayani Silitonga (2021), dengan menunjukkan hasil bahwa bukti fisik, empati, daya tangkap, jaminan dan kehandalan tidak berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. Hasil penelitian berikutnya diteliti oleh Arfanadi Dinsar (2020), dengan judul dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa empati, ketanggapan, jaminan, bukti fisik tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki arti penting mengingat kualitas pelayanan merupakan hal yang menjadi bahasan yang banyak diteliti sekaligus menjadi perhatian para pelaku usaha termasuk pada Shutterkeep Photography sebagai obyek penelitian. Selain itu penelitian ini berbeda sekaligus memiliki kebaruan dengan lainnya karena penelitian ini menggunakan variabel yang lebih spesifik yaitu 3 indikator dari kualitas pelayanan meliputi bukti fisik/fasilitas fisik (tangible), daya tanggap (Responsiveness), dan empati (empathy) dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis 3 elemen kualitas pelayanan meliputi bukti fisik/fasilitas fisik (tangible), daya tanggap (Responsiveness), dan empati (empathy) dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Metodologi

2.1. Pengembangan Model

Bukti fisik (tangibles) dan kepuasan konsumen

Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen. Karena bukti fisik merupakan fasilitas yang di sediakan oleh perusahaan (Lilis, 2020). Dengan bukti fisik yang baik maka konsumen akan puas terhadap fasilitas yang disediakan. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan kehilangan bahkan merusak image perusahaan (Galih 2020; Eko, 2021). Hal ini menjadikan bukti fisik sangat penting untuk diperhatikan (Elizabeth, Idahwati, & Hilda, 2021). Dengan adanya bukti fisik yang diberikan maka konsumen akan merasakan puas dan kejaminan terhadap pelayanan yang diberikan (Iffan, Santy, & Radaswara, 2018). Maka dari itu, Shutterkeep Photography harus memberikan bukti fisik yang baik seperti menyediakan studio foto dengan berbagai macam background yang berbeda dan menyiapkan alat alat yang mendukung untuk pemotretan dan memberikan fasilitas lainnya. Dengan ini konsumen akan merasakan nyaman dan puas dengan bukti fisik yang di berikan, oleh karena itu dapat di duga bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H1. Terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Shutterkeep Photography.

Daya tanggap (responsiveness) dan kepuasan konsumen

Daya tanggap (responsiveness) kegiatan membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tanggap kepada konsumen (Reigen, 2021). dengan penyampaian informasi yang jelas serta memberikan informasi dengan cepat akan membuat konsumen merasa senang terhadap pelayanan yang diberikan dan jika membiarkan pelanggan menunggu merupakan persepsi yang buruk (Melvin, Tien, & Neny, 2021; irma, 2020). Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan juga akan semakin tinggi (Yanti & Nia, 2021) Berdasarkan penelitian terdahulu (Noviansyah, 2020; Jakti, 2020; Hasbi, 2021) daya tangkap (responsiveness)

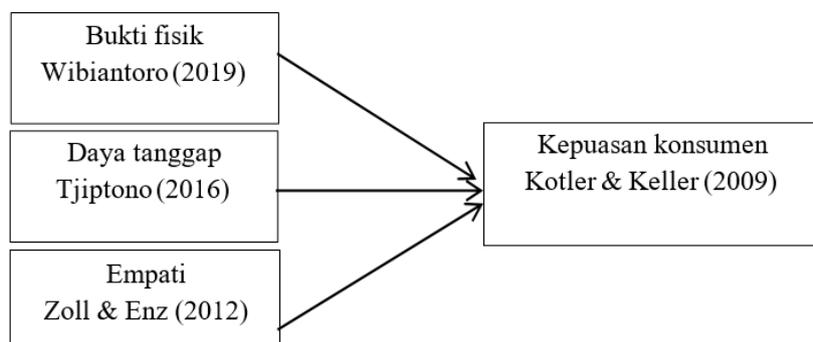
berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. ketika Shutterkeep Photography merespon dengan cepat dan tanggap serta menanggapi keluhan para konsumen. Konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, daya tangkap dapat diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H2. Terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen Shutterkeep Photography.

Empati (empathy) dan Kepuasan

Empati perhatian dengan memberikan sikap yang tulus yang diberikan perusahaan kepada pelanggan (Erza, 2020). Empati juga meliputi kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (Budi & Ferawati, 2018; Edwin, Gabriel & Agung, 2020). Para karyawan harus memiliki sifat yang empaty untuk memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen. (Lusiana, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu (Marlina 2020; Amiruddin, Moch 2020; Zidna Nur 2018) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Shutterkeep Photography dengan memberikan bantuan kepada para konsumen yang kesulitan saat sesi foto atau saat booking foto, hal ini dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. oleh karena itu dapat diduga bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H3. Terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen Shutterkeep Photography.



Gambar 1. Konsep Penelitian

2.2. Pengumpulan Data

Data penelitian utamanya diperoleh dalam bentuk data primer (Istijanto, 2013: 38) yaitu melalui observasi dan kusioner. Penelitian ini mengutamakan pengumpulan dalam bentuk kuesioner (angket). Kuesioner diberikan kepada 83 sampel yang merupakan bagian dari 506 konsumen yang menggunakan jasa pada Shutterkeep Photography Cileungsi dan ditentukan dengan rumus Slovin (Mulyanto &Wulandari, 2010: 103).

2.3. Metode Analisis

Analisis data penelitian dilakukan dengan analisis regresi linier ganda. Analisis dilakukan pada taraf uji 5%. Analisis diawali dengan pengujian instrumen, pengujian persyaratan analisis, pengujian model dan pengujian hipotesis.

3. Hasil

3.1. Responden

Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang (31,3%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang (68,7%). Hal ini menunjukkan pelanggan di Shutterkeep Photography Cileungsi didominasi oleh jenis kelamin perempuan (68,7%). Mayoritas responden menggunakan jasa di Shutterkeep Photography lebih dari 3 kali kunjungan (41,0%).

3.2. Uji Instrumen

Instrumen penelitian seluruhnya valid dimana r-hitung pada indikator masing-masing variabel telah lebih dari 0,220. Tiap variabel sudah reliabel karena nilai cronbach's alpha pada masing-masing variabel telah lebih dari 0,5.

Tabel 1. Instrumentasi Variabel

Variabel Indikator	r-hitung	Cronbach's Alpha	Keterangan
Bukti Fisik (Tjiptono, 2014: 286)		0,850	Reliabel
- Gedung bagus	0,715		Valid
- Peralatan modern	0,815		Valid
- Peralatan lengkap	0,786		Valid
- Kounter rapi	0,651		Valid
- Ruang tunggu luas	0,832		Valid
- Parkir luas	0,770		Valid
Daya Tanggap (Tjiptono, 2014:287)		0,891	Reliabel
- Segera menyapa	0,764		Valid
- Pahak keperluan pelanggan	0,816		Valid
- Cepat menjawab pertanyaan	0,844		Valid
- Informasi jelas	0,856		Valid
- Menanggapi dengan cepat	0,763		Valid
- Membantu tanpa diminta	0,792		Valid
Empati (Zeithaml, 2004;35)		0,915	Reliabel
- Ramah	0,814		Valid
- Sopan	0,809		Valid
- Santun	0,873		Valid
- Friendly	0,865		Valid
- Menunjukkan respek	0,868		Valid
- Mendengarkan keluhan	0,803		Valid
Kepuasan (Tjiptono, 2014:101)		0,952	Reliabel
- Sarana prasarana	0,889		Valid
- Peralatan yang tersedia	0,862		Valid
- Suasana kounter	0,911		Valid
- Penampilan pegawai	0,904		Valid
- Proses transaksi	0,910		Valid
- Hasil cetak	0,980		Valid

Sumber: Data penelitian diolah, 2022

3.3. Uji Persyaratan Analisis

Data penelitian terdistribusi secara normal pada grafik normal p-p plot karena penyebaran data atau titik-titik disekitar garis diagonal tidak menyimpang terlalu jauh dan mengikuti arah garis diagonalnya. Tidak terdapat gangguan masalah multikolinearitas dimana nilai tolerance tiap variabel lebih dari 0,2 (nilai tolerance berkisar 0,347 dan 0,205) begitu juga dengan nilai value inflation factor (VIF) tidak ada yang diatas 10 (nilai VIF berkisar antara 2.885 dan 4.870). Nilai DW (Durbin Watson) sebesar 2.050 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,6928 dan nilai DW sebesar 2,050 tersebut kurang dari (4 - du) $4 - 1,6928 = 2.3072$ sehingga tidak terdapat autokorelasi. Grafik scatter menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar acak yang menunjukkan tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

3.4. Uji Model

Uji model menghasilkan nilai Fhitung lebih besar Ftabel ($58,681 > 3,11$) dan probabilitas lebih kecil dari taraf uji ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan model signifikan dimana variabel bukti fisik, daya tanggap dan empati dapat digunakan untuk meprediksi kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,678 artinya variabel Bukti fisik, daya tanggap dan empati dalam model mampu menjelaskan 67,8% variasi kepuasan konsumen. Kemampuan menjelaskan yang cukup tinggi menunjukkan model yang dibangun layak digunakan untuk menguji hipotesis.

3.5. Uji Hipotesis

Hasil analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis disajikan pada tabel 2. Nilai t hitung untuk variabel bukti fisik lebih kecil dari t tabel ($1,086 < 1,993$) sehingga bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 2. Hasil Analisis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.497	2.348		-.638	.526
1 Bukti Fisik	.160	.147	.116	1.086	0.281
Daya Tanggap	.431	.181	.357	2.377	0.020
Empati	.467	.161	.399	2.890	0.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Output SPSS, Data diolah Penulis, 2022.

Daya tanggap memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari α ($0.020 < 0,05$) dan t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2.377 > 1,993$) sehingga daya tanggap terhadap kepuasan konsumen signifikan dengan arah positif 0,431. Empati memiliki nilai probabilitas kecil dari α ($0.005 < 0,05$) dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2.890 > 1,993$) sehingga empati terhadap signifikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dengan arah positif 0,467.

4. Pembahasan

4.1. Pengaruh Bukti fisik terhadap Kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bukti Fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Studio shutterkeep photography cileungsi. Bahwa baik buruknya fasilitas yang disediakan oleh studio shutterkeep photography cileungsi tidak berdampak pada puas tidaknya konsumen. Demikian pula dengan alat-alat yang di gunakan semakin baru atau modern alat yang gunakan juga tidak akan memberi tambahan kesenangan bagi konsumen.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Sari, 2021). Dengan penampilan bukti fisik yang menarik dan fasilitas lengkap yang di berikan tidak ada pengaruh untuk kepuasan konsumen (Althalets, 2021). Namun, penelitian ini bertentangan dengan temuan penelitian lain (Makrifah, 2021). Tidak adanya pengaruh dari fasilitas fisik masih bisa diterima karena bagi konsumen hasil akhir menjadi hal yang lebih penting. Hal ini berarti juga bahwa fasilitas yang diinginkan konsumen Studio shutterkeep photography cileungsi bisa jadi luas tempat yang di sediakan atau dengan tempat parkir yang di sediakan.

Studio shutterkeep photography cileungsi hendaknya tetap menyediakan fasilitas fisik yang memadai. Namun demikian fasilitas fisik hendaknya tidak menjadi prioritas dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

4.2. Pengaruh Daya tanggap terhadap Kepuasan konsumen

Penelitian menghasilkan temuan bahwa Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen studio shutterkeep photography cileungsi. Bahwa pelayanan yang cepat dan tanggap membuat konsumen merasa senang dan puas, penyampain informasi yang jelas dari pegawai juga sangat berpengaruh kepada rasa senang dan puas oleh konsumen.

Temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Hanggiasyifa, 2021). Dengan menunjukkan bahwa semakin cepat dan jelas pelayana yang di berikan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen (Yulianto, 2021). Hendaknya studio shutterkeep photography cileungsi didorong dengan baik dalam memberikan pelayanan yang cepat dan pada konsumen. Daya tanggap dapat dilakukan dengan sigap dalam melayani kebutuhan konsumen, melayani konsumen dengan cepat, memberikan informasi dengan jelas dan menanggapi keluhan konsumen dengan sopan.

4.3. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan konsumen

Penelitian menghasilkan temuan bahwa Empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen studio shutterkeep photography cileungsi. Bahwa melayani konsumen dengan ramah dan sopan dapat membuat konsumen merasa di hargai dan di perhatikan ini akan membuat konsumen merasa bahagia dengan pelayanan yang di berikan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (ANWARI, 2021). konsumen percaya akan mendapatkan kemudahan pelayanan dari Pegawai, dan pegawai sungguh-sungguh akan memperhatikan kebutuhan konsumen (pijai, 2021).

Studio shutterkeep photography cileungsi hendaknya didorong dengan memberikan rasa perhatian yang baik, kemampuan pegawai untuk memberikan perhatian yang

tulus dan bersifat pribadi kepada para konsumen. Dimana para pegawai memberi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dengan harapan dapat mengetahui segala sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen studio shutterkeep photography.

5. Kesimpulan

Bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen studio shutterkeep photography. Daya tanggap berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Empati pegawai berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen.

Studio shutterkeep photography hendaknya memberikan respon yang cepat serta tanggap, dengan penyampain informasi yang jelas dan meningkatkan rasa empati kepada konsumen. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkat juga kepuasan konsumen. Perusahaan yang ingin memberikan kepuasan lebih kepada konsumen dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil kebijakan. Peneliiian berikutnya disarankan untuk mengkaji dari sudut pandang yang berbeda dan menambah variabel lain, sehingga penelitian ini tidak berhenti sampai disini.

Daftar Pustaka

- Achmad, E. R. (2020). Etheses.Uin. Retrieved 12 19, 2021, From Etheses.Uin: [Http://Ejournal.Iseiriau.Or.Id/Index.Php/Economica/Article/View/27](http://Ejournal.Iseiriau.Or.Id/Index.Php/Economica/Article/View/27)
- Agalela. (2019). Pengaruh Responsiveness Dan Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Simplex*.
- Ahmad. (2021, Juni 05). *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*. Retrieved 12 17, 2021, From Gramedia Blog: [Https://Www.Gramedia.Com/Literasi/Manajemen-Pemasaran/](https://Www.Gramedia.Com/Literasi/Manajemen-Pemasaran/)
- Asep, S., Komarudin, & Suharni, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki. *Jurnal Arastirma Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Unpam*.
- Budi, S., & Ferawati. (2018). Pengaruh Jaminan, Empati Dan Keandalan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Edwin, G., Gabriel, O. S., & Agung, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga. *Journal Of Management Rivew*.
- Eko, W. (2021). Pengaruh Mutu Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (Jiap)*.
- Elizabeth, H., Idahwati, & Hilda, S. H. (2021). Pengaruh Faktor Responsiveness Dan Tangibles Terhadap Kepuasan. *Jurnal Tekesnos*.
- Erza, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasam Konsumen. *Central Liblary Of Maulana Malik Ibrahim State Islamic*.
- Fitriyani, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien: Studi Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kesehatan Kerja Provinsi Jawa Barat. *Eprints* , 11.

- Galih, K. (2020). Pengaruh Faktor Responsiveness Dan Tangibles Terhadap Kepuasan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.
- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Irma, A. (2020). Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel Medan. *Digital Repository*.
- Lilis, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan. *Jurnal Manajemen*.
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Ed. 3. Jakarta, Salemba Empat
- Lusiana & Salamun, P. (2020). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangibles. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*.
- Martini, K. (2020). Peran Mediasi Nilai Pelanggan Pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Aneka Lovina. *Undiksha Repository*, 10.
- Melvin, Z., Tien, Y., & Neny, R. (2021). Pengaruh Prasarana Fisik, Proses Pelayanan Dan Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah Pada Layanan Atm Bni Cabang Musi Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (Ijipro)*.
- Mulyanto, H. & Wulandari A., 2010, *Penelitian: Metode & Analisis*, Semarang: CV Agung.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan Oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Rahmayanti, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 16.
- Reigen, W. (2021). Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen (Jasa). *Repository*.Unbari.
- Setiadi, K. P. (2021). Penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT Etos Suryanusa. *Kalianda Halok Gagas*, 25.
- Supriadi, P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Penyimpan Pada. *Eprints*, 10.
- Syahputri, D. P. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam. *Journal of Management Science (Jmas)*V, 6.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Strategis*. Penerbit Andi : Jogjakarta.
- Ulfa, A. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Repository IKIP PGRI Bojonegoro*, 10.
- Ulumiyyah, L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Lokasi, Harga, Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen. *Unspecified*, 144.
- Yanti, L., & Nia, O. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Web Tirta Musi Palembang Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual. *Conference*. Binadarma.