

PAPER NAME

Peran Kualitas Layanan, Inovasi dan Kepercayaan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Lapas Kel

AUTHOR

Nurul Qomariah

WORD COUNT

5754 Words

CHARACTER COUNT

38842 Characters

PAGE COUNT

14 Pages

FILE SIZE

382.0KB

SUBMISSION DATE

Sep 4, 2023 10:05 AM GMT+7

REPORT DATE

Sep 4, 2023 10:06 AM GMT+7

● 14% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 12% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Submitted Works database
- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded sources
- Manually excluded text blocks

Peran Kualitas Layanan, Inovasi dan Kepercayaan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Lapas Kelas IIB

Nurul Qomariah, Sarwito, Abadi Sanosra, Mohammad Thamrin

Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember

e-mail: nurulqomariah@unmuhjember.ac.id, sarwito.lapaso@gmail.com,
abadisanosra@unmuhjember.ac.id, muhdthamrin@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang perlu mendapatkan perhatian bagi organisasi dibidang jasa. Tulisan ini berkaitan dengan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan berbasis kualitas layanan, inovasi dan kepercayaan terhadap kepuasan pengunjung pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas II B Bondowoso. Populasinya adalah seluruh pengunjung Lapas Kelas II Bondowoso. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 120 responden dengan teknik judgement sampling. Analisis Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan WarpPLS 7.0 digunakan sebagai alat untuk menguji hipotesis penelitian. Uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan sudah sesuai dengan syarat uji alat ukur. Setelah dianalisis maka hasilnya yaitu yang pertama, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hasil yg kedua yaitu inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dan hasil ketiga yaitu kepercayaan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci : kualitas layanan; inovasi; kepercayaan; kepuasan pengunjung.

ABSTRACT

Customer satisfaction is an important thing that needs attention for service organizations. This paper deals with efforts to increase customer satisfaction based on service quality, innovation and trust in visitor satisfaction at the Bondowoso Class II B Penitentiary. The population is all visitors to Bondowoso Class II Prison. The number of samples was determined as many as 120 respondents by judgment sampling technique. Structural Equation Model (SEM) analysis using WarpPLS 7.0 is used as a tool to test the research hypothesis. Validity and reliability tests were also carried out to see whether the measuring instruments used were in accordance with the requirements for measuring instruments. After being analyzed, the results are first, service quality has a significant effect on visitor satisfaction. The second result is that service innovation has a significant effect on visitor satisfaction. And the third result is that visitor trust has a significant effect on visitor satisfaction.

Keywords: service quality; innovation; trust; visitor satisfaction.

Pelayanan masyarakat (publik) merupakan upaya memberikan pelayanan kepada pelanggan yang berasal dari masyarakat luas. Sebagai warga negara maka masyarakat berhak menerima pelayanan yang baik dari negara atau pemerintahan. Pelayanan yang baik haruslah memiliki prinsip yang sederhana. Prosedur yang berbelit harus disingkirkan dalam memberikan pelayanan (Nurmandi, 2015). Tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Kepuasan terhadap pelayanan biasanya tercermin karena adanya transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak dan keseimbangan hak.

Secara umum, yang dimaksud kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan (Kotler & Keller, 2016). Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa melebihi harapan, maka pelanggan/konsumen akan merasa amat puas. Kepuasan adalah rasa lega atau senang karena harapan tentang sesuatu telah terpenuhi (Tjiptono, 2011). Kepuasan adalah

tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan (Qomariah, 2016). Jika kepuasan masyarakat adalah pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparaturnya penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya (Kepmen PAN Nomor : 25 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah). Dengan demikian perlu upaya untuk terus menjaga agar masyarakat ataupun pelanggan selalu merasa puas dengan jasa ataupun produk yang telah mereka konsumsi. Kepuasan masyarakat ini dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas layanan, inovasi dan kepercayaan.

Kepuasan merupakan perasaan dari konsumen setelah merasakan jasa dari suatu perusahaan atau organisasi. Kepuasan pelanggan harus senantiasa dijaga oleh semua penyedia jasa ataupun produk (Tjiptono, 2011). Pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang berharap bahwa kinerja penyedia jasa melebihi harapan pelanggan. Jika kinerja penyedia jasa dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Dengan demikian bahwa dapat disimpulkan pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa bahwa kinerja penyedia jasa sudah diatas harapan dari pelanggan. Penelitian tentang hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan antara lain dilakukan oleh : (Nursaid et al., 2020), (Lie et al., 2019), (Kurniawan et al., 2019), (I. Firmansyah, 2022), (Mulyawan & Rinawati, 2016), (Setiawan et al., 2019), (Qomariah, Fahrurrozi, et al., 2020), (Setyawati et al., 2018), (Yulisetiarni & Prahasta, 2019), (Ratnasari & Gumanti, 2019), (Qomariah, Budiastuti, et al., 2020), (Verriana & Anshori, 2017), (Yanuar et al., 2017a), (Ariska et al., 2020), (Anggriana et al., 2017), (Nurzahvira & Iriani, 2022), (Subagiyo, 2015), (Maskur et al., 2016), (Halimah et al., 2022), (Sutrisno et al., 2017), (Muharmi & Sari, 2019), (Budiyono et al., 2022), (Purwati & Hamzah, 2019), (Hasniaty, 2015), (Soliha et al., 2019), (Qomariah, 2012b), (Heidy, 2022), (Nursaid et al., 2020), (Shi et al., 2014), (Spreng et al., 2009), (Caruana et al., 2000), (Lee & Kim, 2014), (Jiang & Wang, 2006), (Sivadas & Baker-Prewitt, 2000), (Spreng & Mackoy, 1996), (Samal & Pradhan, 2014), (Qin & Prybutok, 2009), (Khoo et al., 2017), (Oh, 1999), (Qomariah, 2012a), (Meesala & Paul, 2018), (Kassim & Asiah Abdullah, 2010), (Omar et al., 2016), (Shanka, 2012), (Caceres & Paparoidamis, 2007), (Gera et al., 2017), (Amin & Nasharuddin, 2013), (Lassar et al., 2000), (D. Firmansyah & Prihandono, 2018), (Suhendra & Yulianto, 2017), (Chinomona et al., 2014), (Juniantara & Sukawati, 2018), (Mardikawati & Farida, 2013), (Harpadeles et al., 2016), (Kuntari et al., 2016), (Sukamuljo et al., 2021), (Putro et al., 2014), (Dewi et al., 2018), (Chao et al., 2015), (Wu, 2011), (Saleem & Raja, 2014), (Hanny & Krisyana, 2022). Berdasarkan teori tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta hasil dari penelitian sebelumnya maka hipotesis pertama (H1) yaitu kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Inovasi produk atau layanan merupakan upaya dari penyedia jasa atau produk untuk meningkatkan fungsi tambahan pada layanan atau produk yang selama ini sudah diberikan kepada para pelanggan (Dhewanto et al., 2014). Inovasi terhadap layanan atau produk ini akan ditunggu selalu oleh para pelanggan agar layanan atau produk yang selama ini dikonsumsi bertambah manfaat dan fungsinya. Melakukan pengembangan terhadap salah satu layanan ataupun produk ini sudah bisa dianggap sebagai melakukan inovasi produk. Dengan melakukan perubahan pada fungsi layanan dan produk maka akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan ataupun masyarakat yang memanfaatkan layanan dan produk tersebut. Penelitian tentang inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan adalah yang dilakukan oleh : (Aditi & Hermansur, 2018; Batu et al., 2020; Dompok & Supratama, 2018; Fadhli et al., 2021; Ghani & Brahmanto, 2015; Sukarmen et al., 2013), (Antanegoro et al., 2017; Fillayata & Mukaram, 2020; Muslichati & Wartini, 2015; Putra P & Kusumadewi, 2019; Rahman, 2019; Silaban, 2019; Woor & Meliana, 2019). Atas dasar teori tentang inovasi produk dan kepuasan pelanggan serta hasil dari penelitian sebelumnya maka hipotesis kedua (H2) yaitu : Inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kepercayaan yang sudah diberikan oleh pelanggan kepada penyedia jasa harus senantiasa dijaga jangan sampai ternodai. Begitu pelanggan merasa bahwa kepercayaan yang diberikan disalahgunakan maka akan berakibat fatal bagi kelangsungan hidup perusahaan atau

organisasi. Tujuan organisasi dalam menerapkan aturan yang ketat tidak lain dan tidak bukan agar kepercayaan pelanggan tetap kepada perusahaan penyedia jasa (Mowen & Minor, 2012) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaat atas layanan ataupun produk yang sudah dikonsumsi oleh mereka. Pelanggan yang yakin pada suatu jasa atau produk berarti menunjukkan bahwa pelanggan tersebut percaya pada jasa dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dari pelanggan (Kotler & Keller, 2016) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek. Perusahaan atau organisasi yang selalu menjaga kepercayaan yang sudah diberikan kepada mereka, maka akan membuat pelanggan akan merasa puas dan senang. Penelitian tentang hubungan kepercayaan dengan kepuasan pelanggan dilakukan oleh: (Usvela et al., 2019), (Hendratono, 2011; Kartika & Ganarsih, 2019; Kundu & Datta, 2015; Putra & Indriyani, 2018), (Andhini & Khuzaini, 2017; Latifah et al., 2020; Mawey et al., 2018; Wulandari & Suwitho, 2017). Berdasarkan teori tentang kepercayaan dan kepuasan pelanggan dan juga atas dasar penelitian sebelumnya maka hipotesis ketiga (H2) yaitu bahwa : Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan konsep tentang kualitas pelayanan, inovasi produk dan kepercayaan serta kepuasan pelanggan dan studi empiris yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya maka objek penelitian yang ditentukan adalah pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Fenomena yang terjadi terkait dengan kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso adalah berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan pada bulan Maret 2022 mengenai tingkat kepuasan pengunjung atas layanan yang diterima. Hasil pra survey terkait kepuasan pengunjung disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Survey Kepuasan Pengunjung

No	Indikator Yg Digunakan	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas
1	Fasilitas ruang tunggu/antrian	42%	21%	37%
2	Fasilitas penitipan barang/makanan	38%	33%	29%
3	Layanan pegawai Lapas	23%	41%	36%
4	Layanan video call	27%	22%	51%
5	Kejelasan informasi	17%	56%	27%

Sumber : Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso

Berdasarkan hasil survey pada Tabel 1, menunjukkan bahwa pengunjung masih banyak yang merasa tidak puas dengan item layanan pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Dengan jumlah responden sebanyak 30 responden yang menjadi relawan dalam kegiatan presurvey ini rata-rata masih merasa tidak puas dengan fasilitas ruang tunggu atau system antrian. Karena dari hasil wawancara dengan beberapa responden mengeluhkan ketersediaan tempat duduk yang minim, ditambah lagi dengan pembatasan jarak duduk sehingga banyak pengunjung yang memilih duduk di sekitar trotoar. Pengunjung juga mengeluhkan terbatasnya jenis barang yang dapat dititipkan untuk keluarga mereka di dalam. Selain hasil pra survey, peneliti juga menambahkan data kunjungan dalam hal ini penitipan barang maupun secara daring dari bulan Januari sampai dengan Maret 2022. Berdasarkan fenomena dan juga atas dasar teori serta hasil riset terdahulu maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, inovasi produk dan kepercayaan terhadap kepuasan pengunjung pada Lapas Kelas IIB Bondowoso.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan metode ini akan diketahui pengaruh kualitas layanan, inovasi produk dan kepercayaan terhadap kepuasan pengunjung Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIB Bondowoso. Populasi yang

digunakan yaitu seluruh pengunjung yang berkunjung ke Lapas Kelas IIB Bondowoso. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 reponden dengan teknik *judgment sampling*. (Malhotra, 2006) menyatakan bahwa *judgment sampling* merupakan penentuan sample dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang digunakan yaitu : warga binaan diwakili oleh 1 keluarga terdekat; keluarga binaan sudah vaksinasi minimal dosis; pengunjung yang sudah melakukan kunjungan minimal 2x. Terdapat dua macam variable yang digunakan yaitu variable bebas (kaualitas layanan, inovasi dan kepercayaan) dan variable terikat yaitu kepuasan pelanggan. Indicator dari kualitas layanan yaitu reliability, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Indikator untuk inovasi layanan yaitu : tingkat lingkungan, tingkat organisasi, tingkat inovasi, tingkat individu. Sedangkan indicator untuk kepercayaan yaitu : kehandalan , kejujuran, kepedulian, kredibilitas. Indicator kepuasan pelanggan yaitu puas terhadap kualitas produk, puas terhadap kualitas layanan, emosional pelanggan, biaya pelanggan. Analisis data menggunakan analisis deskripsi, uji validitas dan reliabilitas dan uji hipotesis dengan SEM.

9 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

	KL	INO	KPCR	KPUN	Type (a	SE	P value
4 X1.1	0.797	0.002	0.174	-0.213	Reflect	0.075	<0.001
X1.2	0.858	-0.147	0.002	0.191	Reflect	0.074	<0.001
X1.3	0.837	-0.025	0.049	-0.086	Reflect	0.074	<0.001
X1.4	0.789	-0.138	-0.172	0.198	Reflect	0.075	<0.001
X1.5	0.766	0.331	-0.059	-0.103	Reflect	0.075	<0.001
X2.1	-0.089	0.697	-0.103	0.202	Reflect	0.077	<0.001
X2.2	-0.005	0.853	0.176	0.037	Reflect	0.074	<0.001
X2.3	0.027	0.901	-0.043	-0.154	Reflect	0.073	<0.001
X2.4	0.051	0.833	-0.048	-0.040	Reflect	0.074	<0.001
X3.1	0.090	0.028	0.840	0.080	Reflect	0.074	<0.001
X3.2	0.208	0.097	0.704	-0.151	Reflect	0.077	<0.001
X3.3	-0.012	-0.051	0.792	-0.204	Reflect	0.075	<0.001
X3.4	-0.274	-0.066	0.773	0.260	Reflect	0.075	<0.001
Y1	0.115	-0.018	0.135	0.892	Reflect	0.073	<0.001
Y2	-0.065	-0.138	0.050	0.866	Reflect	0.074	<0.001
Y3	0.132	0.128	-0.244	0.840	Reflect	0.074	<0.001
Y4	-0.212	0.038	0.055	0.743	Reflect	0.076	<0.001

Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2, sedangkan hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3. Setelah dianalisis terlihat bahwa pada Tabel 2 terlihat bahwa angka cross-loadings factor setiap indicator variable mempunyai nilai lebih dari 0,7 dengan nilai p kurang dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa kriteria uji validitas konvergen telah terpenuhi. Nilai uji reliabilitas menggunakan nilai Composite *reliability coefficients* dan *Cronbach's alpha coefficients*. Pada Tabel 3, menunjukkan bahwa semua nilai Composite *reliability coefficients* dan *Cronbach's alpha coefficients* menunjukkan bahwa instrumen kuesioner dalam penelitian ini telah memenuhi ketentuan uji reliabilitas.

3 **Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian	Composite reliability	Alpha Cronbah
Kualitas Layanan/X1	0.9051	0.8681
Inovasi Layanan/X2	0.8941	0.8401
Kepercayaan/X3	0.9601	0.7821
Kepuasan pengunjung/Y	0.9031	0.8561

1 **Perhitungan Koefisien Jalur Pengaruh Langsung**

Hasil analisis jalur untuk pengaruh langsung disajikan pada Tabel 4. Berdasarkan hasil pada Tabel 4, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas terhadap kepuasan pengunjung. Terdapat pengaruh yang signifikan inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

No.	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Path Coefficient	Nilai p	Hasil Analisis
1.	Kualitas Layanan	Kepuasan	0,255	0,001	Signifikan
2.	Inovasi Layanan	Kepuasan	0,314	0,001	Signifikan
3.	Kepercayaan	Kepuasan	0,454	0,001	Signifikan

Pembahasan

1 **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) memiliki nilai path coefficient sebesar 0,255 dengan p -value sebesar 0,040. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai p -value ternyata lebih kecil dari pada α ($0,040 < 0,05$), dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang sudah disediakan oleh Lapas Kelas IIB Bonodowoso sudah baik karena telah dapat memberikan kepuasan terhadap pengunjung. Oleh karena itu pada pihak Lapas Bondowoso ini harus terus meningkatkan layanan kepada para pengunjung Lapas agar kepuasan terus meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh : (Saputra, 2013), (Fahmi et al., 2020), (Sanosra et al., 2022), (Ambarwati et al., 2022), (Yanuar et al., 2017b), (Qomariah et al., 2021), (Swatyas & Nyomanputumartini, 2022), (Qomariah et al., 2022), (Nikmah et al., 2022), (Fahrurrozi et al., 2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan.

1 **Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi layanan (X2) memiliki nilai path coefficient sebesar 0,314 dengan p -value sebesar 0,001. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai p -value ternyata lebih kecil dari pada α ($0,040 < 0,05$), dengan demikian H2 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan inovasi layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan yang dilakukan pihak Lapas Kepas IIB Bondowoso dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu inovasi layanan harus terus dilakukan agar pengunjung merasa puas. Penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Rahman, 2019) yang menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Kepercayaan Pengunjung Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,454 dengan *p-value* sebesar 0,001. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *p-value* ternyata lebih kecil dari pada α ($0,040 < 0,05$), dengan demikian H3 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan kepercayaan (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan yang sudah diberikan oleh Lapas Kelas IIB Bondowoso mampu meningkatkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu kepercayaan yang sudah ditanam dengan baik harus dipertahankan bahwa harus ditingkatkan. Adapun dalam penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh : (Andhini & Khuzaini, 2017; Hendratono, 2011; Kartika & Ganarsih, 2019; Kundu & Datta, 2015; Latifah et al., 2020; Mawey et al., 2018; Putra & Indriyani, 2018; Wulandari & Suwitho, 2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan teori dan temuan penelitian maka hasil penelitian ini memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso.
2. Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan kepuasan Lapas Kelas II B Bondowoso.
3. Kepercayaan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lapas Kelas II B Bondowoso.

Penelitian ini memiliki saran seperti yang diuraikan sebagai berikut :

1. Disarankan untuk Lapas Kelas II B Bondowoso untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung diantaranya kualitas layanan, inovasi layanan dan kepercayaan pengunjung. Salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk membangun kepercayaan pengunjung adalah dengan meminimalisir terjadinya pungli dari pegawai. Selain itu juga dapat melakukan keterbukaan informasi dan kondisi terkini pada Lapas Kelas II B Bondowoso.
2. Selanjutnya Lapas Kelas II B Bondowoso harus mampu menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mempermudah pengunjung dalam mendapatkan layanan. Layanan yang efektif dan efisien tentu harus diingkatkan.
3. Hasil penelitian ini menjawab beberapa kesenjangan terkait dengan hubungan pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepercayaan dan kepuasan pengunjung. Disarankan untuk menjadikan hasil penelitian ini sebagai rujukan terkait hubungan yang mempengaruhi kepuasan seperti variabel kepercayaan yang masih jarang dibahas dalam penelitian.
4. Penelitian yang akan datang sebaiknya menambah variabel penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi kepercayaan pengunjung seperti kinerja pegawai lapas, fasilitas dan citra instansi terkait
5. Hasil penelitian ini hendaknya menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk mengoptimalkan nilai organisasi khususnya untuk Lembaga Pemasyarakatan di Kantor Wilayah Jember hingga Kanwil Jawa Timur.

DAFTAR REFERENSI

- Aditi, B., & Hermansur, H. (2018). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan. *JUMAN Tools (Jurnal Manajemen Tools)*, 7(1), 1–9.
- Ambarwati, I. U., Qomariah, N., Sanosra, A., & Jember, U. M. (2022). *Impact of*

- Service Quality and Trust on Patient Satisfaction at Blambangan Hospital Banyuwangi*. 10(2), 11–17.
- Amin, M., & Nasharuddin, S. Z. (2013). Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention. *Clinical Governance*, 18(3), 238–254. <https://doi.org/10.1108/CGIJ-05-2012-0016>
- Andhini, A., & Khuzaini. (2017). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE SHOPPING, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7).
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Antanegoro, R. Y., Surya, D., & Sanusi, F. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 167–179. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/view/3152/2395>
- Ariska, V., Qomariah, N., & Wijayanti, B. (2020). The impact of service quality, price, products, and trust on “kober mie setan” consumer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(4), 1782–1785. <http://www.ijstr.org/final-print/apr2020/The-Impact-Of-Service-Quality-Price-Products-And-Trust-On-kober-Mie-Setan-Consumer-Satisfaction.pdf>
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 1–22. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.6>
- Budiyono, R., Sarbullah, & Novandalina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cherry Pet Shop Purwokerto. *JURNAL INFOKAM Vol.*, 18(1), 9–25.
- Caceres, R. C., & Paparoidamis, N. G. (2007). Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty. In *European Journal of Marketing* (Vol. 41, Issues 7–8). <https://doi.org/10.1108/03090560710752429>
- Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction – the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 34(11/12), 1338–1353. <https://doi.org/10.1108/03090560010764432>
- Chao, R., Wu, T.-C., & Yen, W.-T. (2015). The Influence of Service Quality , Brand Image , and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(1), 59–67.
- Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2014). The influence of E-service quality on customer perceived value, customer satisfaction and loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 331–341. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n9p331>
- Dewi, R., Aziz, N., Razak, N. R., & Amrah, W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rikson Pandapotan Tampubolon. *Jurnal Mirai Managemnt*, 3(2), 186–199. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Dhewanto, W., Mulyaningsih, H. D., Permatasari, A., Grisna, A., & Ameka, I. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Andi.
- Dompak, T., & Supratama, N. A. (2018). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Samsat Drive Thru. *Dialektika Publik*, 3(Vol 3 No 1 (2018) : Dialektika Publik), 9–15.

- Fadhli, K., Komari, M., Rahmatika, A. N., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Afco Group Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855–863. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/735/618>
- Fahmi, A., Qomariah, N., & Cahyono, D. (2020). Effect of Service Quality and Service Innovation of Patient Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 9(06), 1085–1090.
- Fahrurrozi, A., Rozzaid, Y., & Qomariah, N. (2020). Efforts to Increase Retail Customer Satisfaction. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(7), 25–31. <https://www.internationaljournalsrg.org/IJEMS/paper-details?Id=655>
- Fillayata, V. E., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11, 969–976. https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAadCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DPVAadCwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAadCwAAAAJ%3ATQgYirikUcIC%26tzom%3D-420
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 120–128. <https://doi.org/10.15294/maj.v7i1.20638>
- Firmansyah, I. (2022). KEPUASAN NASABAH PERUMDA BPR KOTA SUKABUMI PASCA COVID-19 : DAMPAK KUALITAS LAYANAN ONLINE. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6).
- Gera, R., Mittal, S., Batra, D. K., & Prasad, B. (2017). Evaluating the effects of service quality, customer satisfaction, and service value on behavioral intentions with life insurance customers in India. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 8(3), 1–20. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.2017070101>
- Ghani, Y. A., & Brahmanto, E. (2015). Pengaruh Inovasi Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Karangsetra Waterland. *Jurnal Pariwisata*, 2(2), 98–110.
- Halimah, R. N., Mursityo, Y. T., Rusydi, A. N., Brawijaya, U., & Korespondensi, P. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN BCA MOBILE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BERDASARKAN MODEL E-S-QUAL DAN E-RECS-QUAL ANALYSIS OF BCA MOBILE SERVICE QUALITY IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY LEVELS BASED ON THE E-S-QUAL AND E-. 9(6), 1219–1227. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202294660>
- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Harpadeles, I., Jushermi, & Nursanti, A. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TRANS METRO PEKANBARU Oleh: *JOM Fekon*, 3(1), 43–56.

- Hasniaty, H. (2015). Customer Perception On Products Pricing Service Quality Towards Customers Quality Relationships And Loyalty Of Domestic Airlines Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(8), 181–188. <http://www.ijstr.org/research-paper-publishing.php?month=apr2020>
- Heidy, B. (2022). Service Quality , Satisfaction , and Loyalty of BNI Mobile Banking E- Customer. *BUSINESS AND ENTREPRENEURIAL REVIEW*, 22(April), 97–118.
- Hendratono, T. (2011). PENGARUH TRUST DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmiah Hospitaliti*, 1(2), 1–18.
- Jiang, Y., & Wang, C. (2006). The impact of affect on service quality and satisfaction: The moderation of service contexts. *Journal of Services Marketing*, 20(4), 211–218. <https://doi.org/10.1108/08876040610674562>
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955–5982. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>
- Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). ANALISIS E-WOM, ONLINE SHOPPING EXPERIENCE DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA PASCASARJANA UNIVERSITAS RIAU. *JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS*, XI(2), 289–307.
- Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 351–371. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>
- Khoo, S., Ha, H., & McGregor, S. L. T. (2017). Service quality and student/customer satisfaction in the private tertiary education sector in Singapore. *International Journal of Educational Management*, 31(4), 430–444. <https://doi.org/10.1108/IJEM-09-2015-0121>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e*. Person Prentice Hall, Inc.
- Kundu, S., & Datta, S. K. (2015). Impact of trust on the relationship of e-service quality and customer satisfaction. *EuroMed Journal of Busines*, 10(1), 21–46.
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk â Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 36(1), 196–202.
- Kurniawan, B., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2019). The effect of service innovation on customer satisfaction indihome internet provider in central java through corporate reputation as variable intervening. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 144–151.
- Lassar, W. M., Manolis, C., & Winsor, R. D. (2000). Service quality perspectives and satisfaction in private banking. *International Journal of Bank Marketing*, 18(4), 181–199. <https://doi.org/10.1108/02652320010349067>
- Latifah, N., Widayani, A., Normawati, R. A., Studi, P., Kekhususan, A., & Perkantoran, O. (2020). Manajemen PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA E - COMMERCE SHOPEE. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen p-ISSN 1978-3108, e-ISSN 2623-0879 Vol.*

- 14 No. 1 , 2020, Hal. 82 - 91 Bisma:, 14(1), 82–91.
- Lee, S. Y., & Kim, J. H. (2014). Effects of servicescape on perceived service quality, satisfaction and behavioral outcomes in public service facilities. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 13(1), 125–131. <https://doi.org/10.3130/jaabe.13.125>
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421–428.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research: An Applied Orientation (5th Edition)*. Prentice Hall.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN BUS EFISIENSI (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5355>
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SULUTGO. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20106/20331>
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40(July), 261–269. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Muharmi, H., & Sari, K. (2019). Pengaruh Service Quality , Food Quality , Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2880>
- Mulyawan, A., & Rinawati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikainya Pada Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 119–131.
- Muslichati, E. Z., & Wartini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Kudus. *Management Analysis Journal*, 4(4), 341–347. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/735/618>
- Nikmah, H., Susbiyani, A., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2022). The Role of Price , Promotion And Quality Of Service in Improving Honda Motorcycle Customer Satisfaction and Loyalty. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 9(1), 14–23. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V9I1P103>
- Nurmandi, A. (2015). *Menejemen Pelayanan Public*. PT. Sinergi Visi.
- Nursaid, Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and*

- Social Sciences (BIS-HESS 2019)*, 436, 156–161.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Nurzhavira, G. P., & Iriani, S. S. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME Gusti. *JIMAT*, 13(2), 692–704.
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67–82.
[https://doi.org/10.1016/s0278-4319\(98\)00047-4](https://doi.org/10.1016/s0278-4319(98)00047-4)
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 384–392.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.393>
- Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2019). Total service quality management and its impact on customer satisfaction and loyalty of online transportation in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 1066–1070.
- Putra, K., & Indriyani, R. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV MITRA PERKASA UTOMO. *Agora*, 7(1).
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>
- Putro, S., Samuel, H., & Brahmana, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78–95. <https://doi.org/10.1108/17566690910945886>
- Qomariah, N. (2012a). Pengaruh Kualitas layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(177–187).
- Qomariah, N. (2012b). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177–187.
<https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/410/447>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu.
https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N., Budiastuti, A., Sanosra, A., Susbiani, A., & Budisatoto, E. (2020). Building Student Satisfaction and Loyalty Based on Service Quality and Institutional Image. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(9), 24–33. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V7I9P103>
- Qomariah, N., Fahrurrozi, A., & Rozzaid, Y. (2020). Efforts to Increase Retail Customer Satisfaction. *International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(7), 25–31.
- Qomariah, N., Pangestu, M. K. M., Herlambang, T., & Putu, N. N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(10),

- 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>
- Qomariah, N., Widiatmoko, B., Sanosra, A., & Nursaid, N. (2022). Dapatkah Inovasi dan Kualitas Layanan Meningkatkan Tingkat Kunjungan dan Kepuasan Pengunjung Pada Lounge Pemda Banyuwangi? *SENAMA 2022*, 2(November), 165–180. <http://prosenama.upnjatim.ac.id/index.php/prosenama/article/view/37/38>
- Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado the Effect of Quality Service and Innovation Toward Customer Satisfaction. *Jurnal EMBA*, 7(1), 301–311. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22363/22886>
- Ratnasari, D., & Gumanti, T. A. (2019). Relationship marketing, service quality, satisfaction and customers loyalty of bank sharia mandiri banyuwangi. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(6), 7–10. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/june2019/Relationship-Marketing-Service-Quality-Satisfaction-And-Customers-Loyalty-Of-Bank-Sharia-Mandiri-Banyuwangi.pdf&sa=U&ve>
- Saleem, H., & Raja, N. S. (2014). The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan. *Middle - East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706–711. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.19.5.21018>
- Samal, R., & Pradhan, S. K. (2014). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis of Public Sector Banks in Bhubaneswar. *Siddhant-A Journal of Decision Making*, 14(2), 97. <https://doi.org/10.5958/2231-0657.2014.00512.6>
- Sanosra, A., Satoto, E. B., Ismanto, T., Qomariah, N., & Jember, U. M. (2022). Impact of Service Quality and Promotion on Satisfaction and Loyalty of Visitors to Red Island Tourism Destinations Banyuwangi. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 10(2), 78–86.
- Saputra, F. I. (2013). Kualitas Layanan , Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya). *Aplikasi Manajemen*, 11(3), 445–457. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2016.05.009>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32528/jsmbi.v9i2.2819>
- Setyawati, W. A., Rifai, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Madani, Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50–63.
- Shanka, M. S. (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1–9. <http://www.apexjournal.org/JBAMSR>
- Shi, Y., Prentice, C., & He, W. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos, does membership matter? *International Journal of Hospitality Management*, 40, 81–91. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.013>
- Silaban, P. H. (2019). Pengaruh Orang, Bukti Fisik Dan Proses Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Pantai Bulbul. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 87–100. <https://doi.org/10.54367/jmb.v18i1.423>

- Sivadas, E., & Baker-Prewitt, J. L. (2000). An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(2), 73–82. <https://doi.org/10.1108/09590550010315223>
- Soliha, E., Rizal, A., Maskur, A., Mawarni, N. B., & Rochmani, R. (2019). Service quality, bank image, and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 2667–2671.
- Spreng, R. A., & Mackoy, R. D. (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2), 201–214. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(96\)90014-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(96)90014-7)
- Spreng, R. A., Page, T. J., & Hui Shi, L. (2009). Service quality and satisfaction in business-to-business services. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 24(8), 537–548. <https://doi.org/10.1108/08858620910999411>
- Subagiyo. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Lp3I Cilegon. *Jurnal Lentera Bisnis*, 4(1), 1–26.
- Suhendra, G., & Yulianto, E. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR (Survei pada Pelanggan Bukalapak.com). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 51(2), 58–67.
- Sukamuljo, L., Ruswanti1, E., & Aida, M. (2021). Hospital Image and Service Quality Are Not Able to Provide Patient Satisfaction and Loyalty Effect. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 05(04), 321–327. <https://doi.org/10.51971/joma.v5n4.01102021>
- Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO). *JEAM Vol XII No. 1/2013, XII(1)*, 64–79.
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 157–174. <https://doi.org/10.32528/smbi.v7i2.1230>
- Swatyas, D. R., & Nyomanputumartini, N. (2022). Impact of Service Quality and Product Innovation on Public Satisfaction and Trust. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) A*, 06(02), 15–24. <https://www.ajhssr.com/current-issue/>
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indoensia*, 5(2), 300–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2930>
- Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Accounting and Managemen Journal*, 1(1), 63–79.
- Woor, S., & Meliana, V. (2019). Pengaruh Inovasi Proses T-Cash Tap Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 6(1).
- Wu, C. chan. (2011). The impact of hospital brand image on service quality, patient

- satisfaction and loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873–4882. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1347>
- Wulandari, S., & Suwitho, S. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ASURANSI JIWA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(September).
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017a). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017b). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v3i1.784>
- Yulisetiari, D., & Prahasta, Y. A. (2019). The effect of price, service quality, customer value, and brand image on customers satisfaction of telkomsel cellular operators in east Java Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 5–9. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/mar2019/The-Effect-Of-Price-Service-Quality-Customer-Value-And-Brand-Image-On-Customers-Satisfaction-Of-Telkomsel-Cellular-Opera>

● **14% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 12% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	prosenama.upnjatim.ac.id	Internet	4%
2	123dok.com	Internet	3%
3	Nursaid Nursaid, Nurul Qomariah, Yoangga Muhammad Jakfar Sidik. "...	Crossref	2%
4	Putu Laksmita Dewi Rahmayanti, Ni Wayan Ekawati. "Pengaruh Kualita...	Crossref	<1%
5	ijefm.co.in	Internet	<1%
6	Putri Dwi Cahyani, Adhika Alvianto. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualit...	Crossref	<1%
7	eprints.unsri.ac.id	Internet	<1%
8	Lona Noviani. "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEREMP...	Crossref	<1%
9	Yusuf Al Alim, Budi Prabowo. "Pengaruh Kompensasi dan Fleksibilitas ...	Crossref	<1%

10	docplayer.info Internet	<1%
11	Stepanus Maikel Tungga, Agus Supandi Soegoto, Jane Grace Poluan. "... Crossref	<1%
12	eprints.uad.ac.id Internet	<1%
13	Muhammad Dodik, Abadi Sanosra, Ahmad Izzuddin. "Kualitas Layanan,..." Crossref	<1%
14	dinastirev.org Internet	<1%

● Excluded from Similarity Report

- Submitted Works database
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks
- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

Nurul Qomariah, Sarwito Sarwito, Abadi Sanosra, Mohammad Thamrin. "Pera... 52%

Crossref

journal.ipm2kpe.or.id 52%

Internet

jurnal.unmuhjember.ac.id 19%

Internet

repository.unmuhjember.ac.id 17%

Internet

EXCLUDED TEXT BLOCKS

IJCCS, Vol.x, No.x, July xxxx, pp. 1~5ISSN: 1978-1520Peran Kualitas Layanan, Ino...

journal.ipm2kpe.or.id

Kepuasan adalah rasa lega atausenang karena harapan tentang sesuatu telah terp...

Edi Sutrisno, Joko Mariyono. "PENGARUH KUALITAS PEPELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP K...

Secara umum, yang dimaksud kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa ses...

Edi Sutrisno, Joko Mariyono. "PENGARUH KUALITAS PEPELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP K...

tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan deng...

Edi Sutrisno, Joko Mariyono. "PENGARUH KUALITAS PEPELAYANAN DAN KINERJA PEGAWAI TERHADAP K...

et al

zenodo.org

menyatakan bahwa kepercayaan

repository.stie-aub.ac.id

kepercayaan merupakan bentuk sikap yang

Dwi Retno Wahyuni. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOY...

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh

Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT ...

et al., 2022

www.slideshare.net

yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap...

Fitra Aprilindo Sase, Nidya Macika Lysandra. "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SERVIS PADA DEALER M...

Adapun dalam penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penel...

docplayer.info

etal

www.researchgate.net

et al

www.internationaljournalsrsg.org

Nursaid et al., 2020

zenodo.org

et al., 2016

www.slideshare.net
