



Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Properti Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Sewa Rumah Kontrakan Griya Harapan Kota Pekanbaru

Muhammad Rianda

m.rianda2003@gmail.com

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Novita Ayu Setyawati

Novita.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Fransiscus Dwikotjo Sri Sumantyo

franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Korespondensi penulis: *m.rianda2003@gmail.com*

Abstrak. *This research investigates the impact of service quality, property quality, and customer satisfaction on the interest in renting contracted houses at Griya Harapan, pekanbaru City. Adopting a quantitative approach, data were gathered via questionnaires distributed to 92 respondents who are current tenants. The findings, analyzed through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), reveal that customer satisfaction and property quality significantly influence rental interest, while service quality does not show a significant effect. These results highlight the necessity of upholding high property standards and ensuring customer satisfaction to boost rental interest. This study aims to assist property managers in developing more effective marketing strategies..*

Keywords: *Service Quality, Property Quality, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini menyelidiki pengaruh kualitas layanan, kualitas properti, dan kepuasan pelanggan terhadap minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan, Kota Pekanbaru. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 92 responden yang merupakan penyewa saat ini. Hasil analisis yang dilakukan dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas properti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat sewa, sedangkan kualitas layanan tidak menunjukkan dampak yang signifikan. Temuan ini menegaskan pentingnya menjaga standar kualitas properti yang tinggi dan memastikan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan minat sewa. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola properti dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kualitas Properti, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

didalam bisnis rumah kontrakan, kualitas layanan, kualitas properti, dan kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat sewa konsumen. Keputusan penyewa tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan lokasi, tetapi juga oleh pengalaman mereka selama masa sewa, termasuk kecepatan pelayanan, kemudahan komunikasi, kondisi fisik bangunan, dan kenyamanan lingkungan. Kontrakan Griya Harapan di Kota Pekanbaru menjadi contoh kawasan yang menghadapi persaingan tinggi akibat meningkatnya kebutuhan hunian sementara. Kepuasan pelanggan, yang terbentuk dari kesesuaian antara harapan dan layanan yang

diterima, berperan penting dalam mendorong keputusan memperpanjang sewa maupun merekomendasikan kontrakan kepada pihak lain.

Di sisi lain, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan serta meningkatkan minat sewa ulang maupun rekomendasi dari mulut ke mulut. Penyewa yang merasa puas terhadap layanan dan fasilitas yang diberikan akan cenderung memperpanjang masa sewa bahkan merekomendasikannya kepada keluarga, teman, atau rekan kerja. Dalam konteks rumah kontrakan, kepuasan ini dapat muncul dari berbagai aspek, seperti kenyamanan hunian, kebersihan lingkungan, keamanan, keramahan pemilik kontrakan, hingga kemudahan proses administrasi dan komunikasi. Seiring dengan meningkatnya standar kenyamanan yang diharapkan penyewa, pemilik rumah kontrakan perlu memastikan bahwa properti yang ditawarkan memenuhi ekspektasi baik dari segi kualitas teknis maupun estetika. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kualitas properti terhadap niat pembelian ulang. Beberapa studi, seperti Albi et al. (2021), menunjukkan ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Namun, temuan lain seperti Fitriani et al. (2024) serta Selebes & Nur (2025) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu berdampak langsung, terutama ketika faktor harga, lokasi, atau kemudahan akses lebih diprioritaskan konsumen. Perbedaan hasil ini menegaskan perlunya kajian kontekstual yang mempertimbangkan karakteristik sosial, ekonomi, dan geografis lokasi penelitian. Dengan demikian, penelitian ini mengintegrasikan ketiga variabel utama tersebut untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat sewa rumah kontrakan.

Salah satu penyedia hunian kontrakan yang cukup dikenal di wilayah Kota Pekanbaru adalah Kontrakan Griya Harapan. Meskipun memiliki lokasi yang strategis, pemilik dari kontrakan tersebut tidak hanya mengandalkan letak geografis sebagai daya tarik utama. Melainkan pemilik juga mengandalkan Aspek lain, seperti kualitas layanan yang mencakup fasilitas memadai, responsivitas pelayanan, dan kenyamanan lingkungan, menjadi faktor krusial dalam menarik minat penyewa. Selain itu, kualitas properti meliputi desain bangunan, kondisi fisik rumah, tata ruang, serta kelengkapan fasilitas seperti dapur, kamar mandi, area parkir, dan keamanan lingkungan juga sangat memengaruhi persepsi serta tingkat kepuasan pelanggan. Ketika aspek-aspek tersebut dipenuhi secara optimal, potensi untuk meningkatkan minat sewa ulang maupun rekomendasi dari mulut ke mulut akan semakin besar.

Industri penyewaan rumah kontrakan merupakan bagian dari sektor jasa properti yang memiliki karakteristik serupa dengan industri perhotelan, yaitu memadukan produk fisik dan layanan tidak berwujud. Produk yang ditawarkan tidak hanya sebatas bangunan fisik berupa rumah atau kamar, tetapi juga meliputi desain interior, tata ruang, kelengkapan fasilitas, serta kenyamanan dan keamanan lingkungan sekitar. Di sisi lain, layanan yang diberikan mencakup interaksi serta sikap pemilik atau pengelola kontrakan dalam merespons kebutuhan penyewa, mulai dari proses negosiasi sewa, penanganan keluhan, fleksibilitas pembayaran, hingga pemeliharaan fasilitas selama masa sewa berlangsung. Dalam konteks ini, rumah kontrakan tidak hanya menjadi tempat tinggal, tetapi juga membentuk pengalaman hunian yang berpengaruh terhadap persepsi dan kepuasan penyewa.

Menurut Kelly (2020), jasa merupakan aktivitas atau manfaat yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan, sehingga relevan dengan industri penyewaan rumah

kontrakan di mana penyewa hanya memperoleh hak penggunaan fasilitas. Dalam konteks ini, kualitas layanan menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman sewa yang positif, meningkatkan kepuasan, serta mendorong sewa ulang dan rekomendasi kepada orang lain. Pelayanan yang responsif, fasilitas memadai, dan komunikasi yang baik penting untuk mempertahankan serta menarik penyewa baru di tengah persaingan. Sebaliknya, ketidakpuasan akibat pelayanan buruk atau fasilitas tidak memadai dapat menurunkan minat sewa dan berpotensi menyebabkan perpindahan konsumen ke penyedia lain.

Fenomena pasar penyewaan rumah kontrakan di Griya Harapan, Kota Pekanbaru, menunjukkan keterkaitan signifikan antara kualitas layanan, kualitas properti, dan kepuasan pelanggan terhadap minat sewa masyarakat. Persaingan yang ketat akibat bertambahnya penyedia hunian menuntut pemilik kontrakan untuk memperhatikan kecepatan respons, keramahan, transparansi informasi, serta kelengkapan fasilitas sebagai faktor penentu pengalaman positif penyewa. Kualitas properti yang baik, meliputi kondisi bangunan, fasilitas dasar, kenyamanan, dan keamanan, juga berpengaruh terhadap daya tarik kontrakan. Kepuasan pelanggan yang terbentuk dari kombinasi faktor tersebut dapat mendorong minat sewa ulang dan rekomendasi positif, meskipun faktor eksternal seperti harga dan lokasi tetap berperan dalam keputusan akhir konsumen.

Peneliti melakukan pra-survei terhadap 18 responden, yang terdiri dari calon penyewa dan masyarakat sekitar, untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan, Kota Pekanbaru. Fenomena urbanisasi dan pertumbuhan penduduk di kawasan tersebut meningkatkan kebutuhan hunian sementara, namun tingkat okupansi rumah kontrakan tidak merata. Hasil pra-survei mengungkap empat faktor utama yang memengaruhi minat sewa, yakni kualitas layanan (38,9%), kualitas properti (33,3%), kepuasan pelanggan (16,7%), dan harga sewa (11,1%). Temuan ini menjadi dasar analisis lebih lanjut terkait pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas properti secara umum berpengaruh signifikan terhadap minat sewa dan kepuasan pelanggan (Soelistyo & Arena, n.d.; Praneta et al., 2023; Lesmana, 2024; Cahyono & Suhermin, 2021; Santoso, 2022). Namun, temuan terkait pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat sewa belum konsisten. Beberapa studi (Fitriani et al., 2024; Selebes & Nur, 2025) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tidak selalu berdampak langsung pada minat sewa, terutama ketika konsumen lebih mempertimbangkan faktor eksternal seperti harga, lokasi, atau kondisi ekonomi. Sebaliknya, penelitian lain (Sulistiyowati et al., 2022) menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki hubungan kuat terhadap keputusan menyewa kembali, sementara Kristiana & Mandala (2021) menemukan bahwa kepuasan tidak selalu mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas. Perbedaan temuan ini menegaskan adanya kesenjangan penelitian mengenai peran kepuasan pelanggan dalam mempengaruhi minat sewa rumah kontrakan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk pertama, Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat masyarakat dalam menyewa rumah kontrakan di Griya Harapan Kota Pekanbaru. Kedua, Untuk mengetahui kualitas properti terhadap tingkat minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan Kota Pekanbaru.

KAJIAN TEORITIS

Minat Sewa

Firmansyah (2023) mendefinisikan minat sewa sebagai kecenderungan konsumen untuk mencari informasi, mempertimbangkan, dan memutuskan penyewaan properti. Meithiana (2020) menyoroti bahwa minat sewa terbentuk dari kombinasi faktor internal, seperti kebutuhan, dan faktor eksternal, seperti kualitas layanan dan harga. Shell (2021) menambahkan bahwa minat sewa berkaitan dengan persepsi manfaat dan risiko, yang dipengaruhi faktor emosional (kenyamanan) dan rasional (harga, fasilitas, kualitas layanan).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan dipahami sebagai upaya penyedia properti untuk memenuhi harapan konsumen melalui layanan yang unggul dan sesuai standar. Menurut Kualitas et al. (2022) dalam Service Management, kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan sekaligus pengendalian atas keunggulan tersebut dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas Properti

Kualitas properti dipahami sebagai persepsi konsumen terhadap kemampuan properti dalam memenuhi standar kenyamanan, keamanan, kelayakan fungsi, dan estetika yang memengaruhi keputusan sewa (Amir, MT). Faktor penentunya meliputi kondisi fisik bangunan, fasilitas pendukung, kenyamanan lingkungan, serta estetika ruang. Kadek & Noorwatha (2020) menambahkan bahwa kualitas properti pada hunian sewa, seperti rumah kontrakan atau apartemen, sangat dipengaruhi oleh keamanan, kebersihan, serta ketersediaan fasilitas standar seperti air bersih, pencahayaan, dan jaringan listrik yang stabil, yang berkontribusi terhadap persepsi positif penyewa dan peningkatan minat sewa.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional berupa rasa senang atau kecewa yang timbul setelah konsumen membandingkan persepsi terhadap kinerja produk atau layanan dengan harapan mereka. Menurut MT & Sukresna (2021) dalam Marketing Management, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai indikator kesesuaian antara kinerja yang dirasakan dengan ekspektasi konsumen.

Hipotesis

H1: Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan Kota Pekanbaru

H2: Diduga kualitas properti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan Kota Pekanbaru

H3: Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa rumah kontrakan di Griya Harapan Kota Pekanbaru

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta analisis data melalui Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) menggunakan SmartPLS. Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan kausal antarvariabel secara simultan, efektif untuk sampel kecil, dan tidak mensyaratkan data berdistribusi normal (Priadana & Sunarsi, 2021). Populasi penelitian mencakup 120 penyewa rumah kontrakan di Griya Harapan, Kota Pekanbaru, periode 2020–2025. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, yang memungkinkan perhitungan ukuran sampel secara sederhana dengan mempertimbangkan jumlah populasi dan margin of error yang dapat diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Konvergen

Tabel 1 Hasil analisis *Outer Loadings*

	Kepuasan Pelanggan (X3)	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Properti (X2)	Minat Sewa (Y)
KEP1	0.83			
KEP10	0.836			
KEP2	0.821			
KEP3	0.771			
KEP4	0.825			
KEP5	0.798			
KEP6	0.829			
KEP7	0.832			
KEP8	0.865			
KEP9	0.76			
KL1		0.747		
KL10		0.855		
KL2		0.844		
KL3		0.801		
KL4		0.818		
KL5		0.84		
KL6		0.843		
KL7		0.829		
KL8		0.843		
KL9		0.802		
KUP1			0.842	
KUP10			0.795	
KUP2			0.782	
KUP3			0.812	
KUP4			0.794	
KUP5			0.759	
KUP6			0.79	
KUP7			0.817	
KUP8			0.788	
KUP9			0.728	
MS1				0.789
MS2				0.761
MS3				0.728
MS4				0.771
MS5				0.817
MS6				0.735
MS7				0.714
MS8				0.759

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Berdasarkan nilai outer loading pada Tabel 4.5, seluruh indikator pada masing-masing variabel memenuhi kriteria reliabilitas ($> 0,70$). Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis model pengukuran (outer model) pada tahap selanjutnya.

HTMT

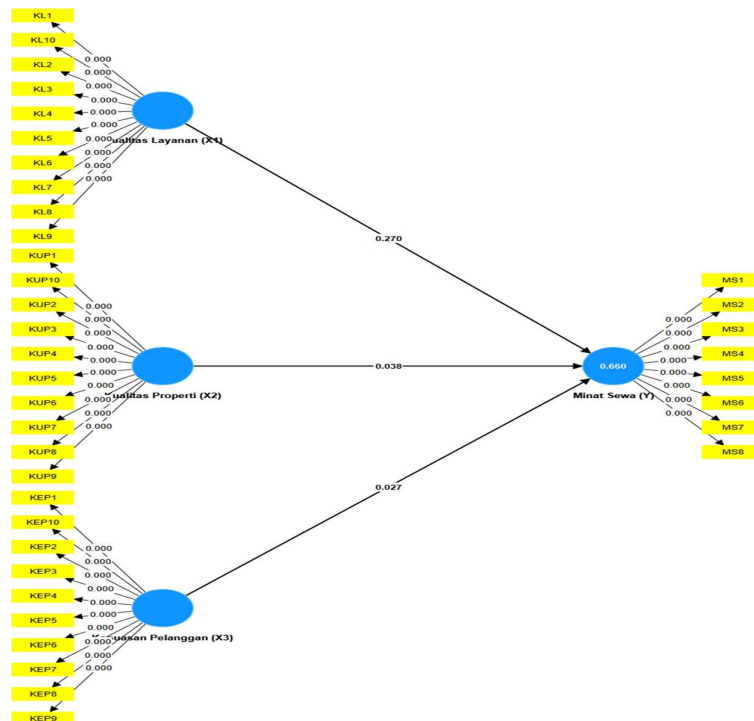
Tabel 2 Hasil analisis *Heterotrait-Monotrait Ratio*

	Kepuasan Pelanggan (X3)	Kualitas Layanan (X1)	Kualitas Properti (X2)	Minat Sewa (Y)
Kepuasan Pelanggan (X3)				
Kualitas Layanan (X1)	0.418			
Kualitas Properti (X2)	0.624	0.508		
Minat Sewa (Y)	0.761	0.521	0.79	

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel diatas, hasil analisis Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) menunjukkan seluruh nilai HTMT antarvariabel berada di bawah ambang batas 0,90, dengan nilai tertinggi 0,79 pada hubungan antara Minat Sewa dan Kualitas Properti. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas, sehingga validitas diskriminan model penelitian dinyatakan terpenuhi.

Inner Model



Gambar 1 Inner Model

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Hasil Nilai R Square

Tabel 3 Hasil analisis R Square

	R-square	R-square adjusted
Minat Sewa (Y)	0.66	0.648

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Hasil pengujian model struktural (inner model) menunjukkan nilai R-square sebesar 0,66 dan R-square Adjusted sebesar 0,648 untuk variabel Minat Sewa. Artinya, variabel Kualitas Layanan, Kualitas Properti, dan Kepuasan Pelanggan mampu menjelaskan 66% variasi pada Minat Sewa. Temuan ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap variabel dependen.

Hasil Nilai F Square

Tabel 4 Hasil analisis F Square

	f-square
Kepuasan Pelanggan (X3) -> Minat Sewa (Y)	0.303
Kualitas Layanan (X1) -> Minat Sewa (Y)	0.037
Kualitas Properti (X2) -> Minat Sewa (Y)	0.316

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Nilai f-square menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan memberikan kontribusi 30,3% terhadap variasi Minat Sewa, sedangkan Kualitas Properti berkontribusi 31,6%. Sementara itu, Kualitas Layanan hanya menyumbang 3,7% terhadap variasi Minat Sewa. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh terbesar berasal dari variabel Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Properti, sedangkan Kualitas Layanan memiliki pengaruh relatif kecil terhadap Minat Sewa.

Hasil Nilai Q Square

Tabel 5 Hasil Nilai Q Square

	Q ² predict	RMSE	MAE
Minat Sewa (Y)	0.565	0.73	0.425

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel diatas, nilai Q-Square Predict untuk variabel Minat Sewa sebesar 0,565, melampaui batas minimal 0,50, sehingga menunjukkan adanya relevansi prediktif yang baik. Selain itu, nilai Root Mean Square Error (RMSE) sebesar 0,73 dan Mean Absolute Error (MAE) sebesar 0,425 mengindikasikan tingkat kesalahan prediksi yang masih dapat diterima. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang memadai terhadap variabel Minat Sewa.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 6 Hasil Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kepuasan Pelanggan (X3) -> Minat Sewa (Y)	0.402	0.398	0.182	2.211	0.027
Kualitas Layanan (X1) -> Minat Sewa (Y)	0.13	0.104	0.118	1.102	0.270
Kualitas Properti (X2) -> Minat Sewa (Y)	0.429	0.444	0.207	2.073	0.038

Sumber: Olah data peneliti (2025)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (H1) dan Kualitas Properti (H2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Sewa, dengan koefisien masing-masing sebesar 0,402 ($p = 0,027$) dan 0,429 ($p = 0,038$). Artinya, semakin tinggi kepuasan maupun kualitas properti, semakin besar pula minat sewa konsumen. Sebaliknya, variabel Kualitas Layanan (H3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Sewa, dengan koefisien 0,130 dan $p = 0,270$ ($p > 0,05$), sehingga faktor ini tidak terbukti memengaruhi keputusan sewa dalam konteks penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas properti, dan kepuasan pelanggan terhadap minat sewa rumah kontrakan di kawasan Griya Harapan, Kota Pekanbaru, dengan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat sewa, sehingga aspek layanan bukan merupakan determinan utama dalam keputusan konsumen. Sebaliknya, kualitas properti berpengaruh positif dan signifikan, menegaskan pentingnya kondisi fisik bangunan, fasilitas, kebersihan, kenyamanan, dan keamanan dalam menarik minat penyewa. Selain itu, kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat sewa, mengindikasikan bahwa pengalaman positif selama menyewa berperan penting dalam mendorong loyalitas dan rekomendasi penyewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, S. (2024). *Cara Mudah Membeli Rumah Idaman untuk Pasangan Muda*. Penerbit Andi.
- Atmawidjaja, H. S. (2022). *Entrepreneur Dinamika Sosial Kos Perkotaan*. January. www.uhamkاپress.com
- Cahyono, A. E., & Suhermin, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(6).
- Charlesa, I., Wianto, E., & Tjandra, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Fisik Properti terhadap Persepsi Nilai dan Minat Beli Konsumen pada Sektor Perumahan Sewa. *Sosial Humaniora Dalam Perspektif Seni Rupa Dan Desain*, 23.
- Elawati, N. (2022). *Dampak Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Konsumen dalam Sektor Properti*. Universitas Dr. Soetomo Surabaya.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)*. CV.AA. Rizky.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen pemasaran*. UMSurabaya Publishing. Fitriani, R., Sitepu, M., Amir, T., Sari, O., & Yolanda, F. (2024). Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Marketing Mix Analysis of Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan, Dan Bisnis (JIKABI)*, 3(1), 1–10. <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jikabi>
- Hair, J., Matthews, L., & Matthews, R. (2018). PLS-SEM: The holy grail for advanced analysis. *Marketing Management Journal*, 28(1), 1–13.
- Hardiyansyah, H. (2020). *Kualitas pelayanan publik: Konsep, dimensi, indikator dan implementasinya*. Gava Media.
- Hariyanto, O. I. B., & Rukmandiana, J. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pengunjung. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 101. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.5162>
- Hutami, W. F. (2024). Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Public Relations Mercu Buana, Query Date*, 21, 23.
- Kadek, O. I., & Noorwatha, D. (2020). *Retail Design: Buku Ajar Desain Interior Retail*. 1–255. [http://repo.isi-dps.ac.id/4680/1/RETAIL DESIGN.pdf](http://repo.isi-dps.ac.id/4680/1/RETAIL%20DESIGN.pdf)

- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kristiana, M., & Manadala, K. (2021). *Hubungan Pf Dan Lk Dan Kk* 3. 8(2), 7576–7605.
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M- Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Legona, R. B., & Effendi, M. S. (2024). Determinan Loyalitas Karyawan Dimediasi Oleh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Pada PT. Laboratorium Solusi Indonesia. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(1), 56–66.
- Lesmana, S. J. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Properti (Ruko), dan Kualitas Jasa Terhadap Minat Sewa Di Emerald Property (Studi Kasus Pada Konsumen Emerald Property Mutiara Taman Palem (MTP), Greenlake & PIK 2). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1).
- Maulana, I., & Maura, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Yuke Fresh Laundry Di Wilayah Jakarta Pusat. *Journal Human Resources 24/7: Business Management*, 1(4), 45–53.
- Meithiana, I. (2020). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- MT, M. A. P., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Muslim, M. N. I., Ikatrinasari, Z. F., & Prabowo, H. A. (2024). Penentuan Prioritas Usulan Peningkatan Kualitas Layanan Kekayaan Intelektual dengan Penggunaan Metode Fuzzy ServQual dan Importance Performance Analysis. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.24853/jisi.11.1.43-56>
- Praneta, J. A. T., Nuryadi, N., & Zaman, K. (2023). Pengaruh Harga Sewa dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Apartemen PT Gunawangsa Merr. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 18–27.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Santoso, G. A. (2022). *Analisis Pengaruh Penerapan Manajemen Properti Terhadap Tingkat Kepuasan Penghuni Perumahan Griya Sampurna Kuningan*. Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Selebes, Q. Y. A., & Nur, N. (2025). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WARUNG BAKSO AZIZAH DIBARUGA KOTA KENDARI. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 364–376.
- Shell, A. (2021). *Pengantar Perilaku konsumen* (Issue August).
- Soelistyo, B., & Arena, T. (n.d.). Analisis Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen, dan Dampaknya pada Pengambilan Keputusan Penyewaan. *Indikator*, 4(3), 353452.
- Sulistyowati, Nissa, I. K., Wardono, M. T. N. S., & Rasmiaty, M. (2022). *Teori Ekonomi Syari'ah*.
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Yasmini, D. A. P. C. A. (2024). *Peran Green Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Mobil Low Cost Green Car (LCGC) di PT Astra International Tbk–Toyota Auto2000 Sanur*. Politeknik Negeri Bali.