

PERAN KUALITAS LAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN MASYARAKAT

Ni Putu Kesya Krista Bela Pangky Swara¹⁾, I Wayan Suartina²⁾, I Gede Aryana Mahayasa³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

*corresponding author email: kesyakrista29@gmail.com

How to cite (in APA style):

Swara, N.P.K.K.B.P., Suartina, I.W., & Mahayasa, I.G.A. (2024). Peran Kualitas Layanan dan Customer Experience dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat. *Warmadewa Management and Business Journal*, Vol 6. No 2. Pp 120-134

Abstract

This research was conducted with a purpose to determine the influence of service quality and customer experience on community satisfaction. This research took place at the Pandak Gede Village Office in Kediri District, Tabanan Regency. The population in this research is the people of Pandak Gede Village who have received services in 2022 as many as 2,675 people. The sample size determined was 96 respondents using simple random sampling technique. Data collection was carried out by conducting interviews and distributing questionnaires. Instrument testing was carried out using validity and reliability tests. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis prove that service quality and customer experience partially and simultaneously have a positive and significant effect on community satisfaction.

Keywords: *Service Quality; Customer Experience; Customer Satisfaction*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *customer experience* terhadap kepuasan masyarakat. Penelitian ini dilakukan di Kantor Desa Pandak Gede di Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Pandak Gede yang pernah mendapatkan layanan pada tahun 2022 sebanyak 2.675 orang. Ukuran sampel yang ditetapkan adalah 96 orang responden dengan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk menjawab hipotesis yang diajukan. Hasil analisis membuktikan kualitas layanan dan *customer experience* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Masyarakat*

PENDAHULUAN

Setiap organisasi yang berorientasi pada layanan memiliki kewajiban untuk memberikan kepuasan kepada pengguna jasanya. Organisasi yang tidak berorientasi pada profit seperti instansi pemerintah memiliki tujuan untuk memberikan layanan publik dituntut untuk senantiasa mewujudkan kepuasan masyarakat. Layanan publik merupakan salah satu area yang menjadi tujuan dari reformasi birokrasi sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia Nomor 81 tahun 2010 ([Handayani & Suryani, 2019](#)). Kantor desa adalah instansi pemerintah pada tingkat paling bawah yang salah satunya bertugas untuk melayani masyarakat terkait dengan dokumen administrasi sipil. Mengukur kepuasan masyarakat terhadap instansi pemerintah sangat penting untuk dilakukan karena dapat menunjukkan kinerja pemerintah secara keseluruhan ([Benmansour, 2019](#)).

Kepuasan pelanggan adalah kondisi atau perasaan senang yang dirasakan setelah membandingkan antara harapan dan kinerja yang dirasakan ([Rahayu & Faulina, 2022](#)). Kepuasan adalah evaluasi yang dilakukan setelah pelanggan menerima layanan dengan membandingkan harapan dan kinerja, di mana kepuasan terjadi ketika kenyataan melebihi harapan ([Safitri & Widyastuti, 2023](#)). Kepuasan pelanggan dibangun dengan berlandaskan pada *expectation-disconfirmation theory* atau EDT yang mengemukakan bahwa kepuasan merupakan *output* dari perbandingan antara kenyataan yang diterima dan harapan yang telah terbentuk ([Sinha et al., 2020](#)). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan adalah layanan yang berkualitas ([Famiyeh et al., 2018](#)). Setiap pihak yang menggunakan layanan, termasuk masyarakat yang memanfaatkan layanan publik harus diperlakukan sebagai pelanggan ([Kurniawan, 2017](#)).

Kualitas layanan adalah seluruh usaha yang dilakukan penyedia jasa untuk memberikan layanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan ([Cahyono, 2020](#)). Layanan yang berkualitas adalah segala bentuk layanan yang disampaikan dengan maksimal menggunakan berbagai keunggulan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan ([Kasinem, 2020](#)). Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang bersifat dinamis yang berhubungan dengan suatu produk, khususnya dari segi layanan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan setiap proses yang ada ([Mulyapradana et al., 2020](#)). Kepuasan akan tercipta ketika

pelanggan merasa layanan yang disampaikan mampu memenuhi harapan dan keinginan yang ada ([Nasfi et al., 2020](#)). Kualitas layanan adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ([Mahira et al., 2021](#)).

Faktor lainnya yang dapat membuat pelanggan merasa puas adalah pengalaman yang dirasakan ([Barahama et al., 2022](#)). *Customer experience* adalah pengakuan kognitif atau persepsi yang menstimulasi motivasi pelanggan sebagai hasil interaksi pelanggan dengan perusahaan secara fisik ([Septian & Handaruwati, 2021](#)). *Customer experience* adalah setiap pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan dalam suatu kegiatan mengkonsumsi penawaran dari perusahaan ([Udayana et al., 2022](#)). Pengalaman baik atau berkesan yang dirasakan oleh seorang pelanggan terhadap suatu layanan dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan ([Agustiono et al., 2022](#)). Semakin baik atau berkesan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna jasa maka semakin tinggi kepuasan pelanggan ([Maharani et al., 2022](#)).

Desa Pandak Gede adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan. Desa Pandak Gede, sebagaimana desa-desa lainnya yang ada di Provinsi Bali merupakan bagian dari pemerintahan daerah yang bertujuan melayani masyarakat dari tingkat yang paling bawah yaitu melalui pemerintahan desa. Desa Pandak Gede yang terdiri atas sembilan dusun memiliki total jumlah penduduk sebanyak 7.202 orang yang tercatat dalam 1.638 kepala keluarga (KK). Kantor Desa Pandak Gede, sebagaimana kantor desa lainnya memiliki tugas utama yaitu memberikan layanan administrasi kependudukan kepada masyarakat yang membutuhkan. Layanan kepada masyarakat merupakan satu dari delapan rancangan reformasi birokrasi tahun 2010 – 2025 yang salah satunya diwujudkan dalam layanan publik dan partisipasi masyarakat (Permenpan No. 14 tahun 2017). Baik buruknya layanan publik akan tergantung dari *feedback* masyarakat sebagai pengguna layanan publik dan setiap pengguna layanan harus diperlakukan sebagai pelanggan ([Kurniawan et al., 2023](#)). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *customer experience* terhadap kepuasan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Expectation-disconfirmation Theory

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konstruk yang dijelaskan melalui banyak teori, di antaranya *theory of dissonance*, *the attribution theory*, *expectancy-disconfirmation theory*, dan masih banyak lagi (Haq *et al.*, 2018). Di antara sekian banyak teori yang menjadi landasan dari kepuasan pelanggan, maka *expectancy-disconfirmation theory*/EDT yang diperkenalkan oleh Oliver (1980) merupakan teori yang paling populer dan paling mendapat perhatian di antara para peneliti dan akademisi (Haq *et al.*, 2018). EDT adalah teori yang terkenal dalam mempelajari perilaku konsumen dan seringkali digunakan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan (Li *et al.*, 2020). Teori ini dikemukakan oleh Oliver (1980) yang merupakan teori paling populer digunakan dalam mempelajari kepuasan pelanggan di mana *disconfirmation* adalah penilaian atas kinerja suatu produk atau layanan dibandingkan harapan. Menurut EDT, setiap pelanggan bisa memiliki harapan yang berbeda dan penilaian kinerja aktual yang berbeda yang pada akhirnya membentuk keyakinan diskonfirmasi terhadap penyedia jasa (Truong *et al.*, 2020). Terdapat empat konstruk utama di dalam EDT yaitu harapan, kinerja, diskonfirmasi, dan kepuasan (Hossain, 2019).

Kepuasan Masyarakat

(Radojevic *et al.*, 2015) menegaskan bahwa kepuasan adalah hasil dari penegasan atau diskonfirmasi ekspektasi positif individu, di sisi lain, ketidakpuasan berasal dari diskonfirmasi ekspektasi negatif. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai penilaian positif dari pelanggan yang diperoleh dari produk dan layanan yang disediakan (Carranza *et al.*, 2018). Untuk mengembangkan dan mendorong bisnis yang berorientasi pada layanan, penerapan kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat penting dan esensial bagi perusahaan bisnis (Cheshin *et al.*, 2018). Kepuasan pelanggan merupakan suatu perilaku tindakan pasca pembelian yang menunjukkan perasaan pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan tertentu yang menunjukkan penilaian umum pelanggan pada dasar konsumsi barang atau jasa (Özkan *et al.*, 2020). Kepuasan pelanggan adalah kesenjangan antara ekspektasi pra-pembelian dan diskonfirmasi (Ong *et al.*, 2017).

Kualitas Layanan

Persaingan yang terus meningkat menyebabkan kualitas layanan menjadi begitu penting keberadaannya dalam setiap kegiatan bisnis, baik bisnis manufaktur maupun bisnis berbasis layanan. ([Asnawi et al., 2020](#)) berpendapat kualitas adalah sejauh mana suatu produk tersebut mampu memuaskan konsumen dengan memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan. namun, kualitas layanan adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi harapan konsumen. ([Hussain et al, 2015](#)) berpendapat kualitas layanan mengacu pada keseluruhan kesan atau penilaian yang dibuat oleh pelanggan terkait dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

([Ofori et al, 2018](#)) mengemukakan kualitas layanan diartikan sebagai suatu sikap yang berkaitan dengan keunggulan layanan yang dihasilkan dari variasi antara ekspektasi konsumen terhadap layanan dan persepsi pelanggan tentang layanan aktual yang diberikan.

Customer Experience

Customer experience adalah konsep luas yang mencakup berbagai hal tindakan dan reaksi yang terjadi selama hubungan dengan penyedia jasa ([Lemon & Verhoef, 2016](#)). Bagi pelanggan, menciptakan pengalaman sama pentingnya dengan memuaskan kebutuhan, karena itu memberikan pengalaman yang berkesan sangat penting ([Cambra-Fierro et al., 2021](#)). Pengalaman akan menentukan respon pelanggan yang membentuk harapan terhadap penyedia jasa dan interaksi pelanggan dengan penyedia jasa ([Cambra-Fierro et al., 2021](#)). Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa *customer experience* menekankan pada pentingnya interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa. *Customer experience* memiliki tiga komponen struktural yang mencakup setiap pengalaman pelanggan yaitu titik kontak, konteks, dan kualitas ([De Keyser et al., 2020](#)). *Customer experience* adalah pengalaman yang terjadi selama seorang pelanggan melakukan kontak dengan penyedia layanan, termasuk pada saat mengkonsumsi sebuah produk dan nilai yang dirasakan ([Mbama & Ezepeue, 2018](#)).

Hipotesis

Tujuan utama dari pemberian layanan yang berkualitas dengan memenuhi harapan pelanggan adalah terciptanya kepuasan bagi para pengguna layanan tersebut ([Mahira et al, 2021](#)). Kepuasan akan tercipta ketika pelanggan merasa

layanan yang disampaikan mampu memenuhi harapan dan keinginan yang ada ([Nasfi et al., 2020](#)). Kepuasan pelanggan akan semakin tinggi apabila layanan yang disampaikan juga mengalami peningkatan ([Gunardi & Erdiansyah, 2019](#)). Penelitian yang dilakukan oleh ([Dalpiama et al., 2023](#)), ([Kurniawan et al., 2023](#)), serta ([Wagiyanto & Farida, 2023](#)) membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

H₁ : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat

Layanan dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan ([Agustiono et al., 2022](#)). Semakin baik atau berkesan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna jasa maka semakin tinggi kepuasan pelanggan ([Maharani et al., 2022](#)). Pengalaman yang dirasakan memiliki hubungan erat dengan kepuasan, di mana semakin baik pengalaman maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan ([Kurniawan & Nainggolan, 2023](#)). Penelitian yang dilakukan oleh ([Fauziah et al., 2023](#)), ([Andayani & Anggraini, 2023](#)), ([Purwianti et al., 2023](#)), serta ([Sabrina et al., 2023](#)) menunjukkan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

H₂ : *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kantor Desa Pandak Gede, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan. Variabel penelitian ini diidentifikasi sebagai variabel bebas (kualitas layanan dan *customer experience*) dan variabel terikat (kepuasan masyarakat). Kualitas layanan diukur dengan dimensi kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik ([Kusyana & Pratiwi, 2019](#)). *Customer experience* diukur dengan dimensi *sense, feel, think, act*, dan *relate* ([Septian & Handaruwati, 2021](#); [Hernawan & Harimurti, 2022](#)). Kepuasan diukur dengan empat indikator yaitu kepuasan keseluruhan, memenuhi harapan, pengalaman yang menyenangkan, mendapatkan informasi yang jelas, layanan terbaik, dan mudah mendapatkan layanan ([Fauziah et al., 2023](#)). Populasi penelitian ini adalah warga Desa Pandak Gede yang pernah mendapatkan layanan sepanjang tahun 2022 yang tercatat

sebanyak 2.675 orang. Ukuran sampel yang ditetapkan adalah 96 orang masyarakat Desa Pandak Gede dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan, *customer experience*, dan kepuasan masyarakat masing-masing indikator memiliki nilai koefisien korelasi $> 0,30$ sehingga masing-masing indikator untuk variabel kualitas layanan, *customer experience*, dan kepuasan masyarakat adalah valid. Nilai *cronbach's alpha* pada uji reliabilitas menunjukkan nilai lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 1.
Hasil Uji Instrumen

Variabel	Item pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
		Koefisien korelasi	Keterangan	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kualitas layanan	No. 1 - 16			0,939	
<i>Customer experience</i>	No. 17 - 28	$> 0,30$	Valid	0,956	Reliabel
Kepuasan masyarakat	No. 29 - 32			0,945	

Sumber : Data diolah (2024)

Tabel 2 menunjukkan nilai Sig.(2-tailed) sebesar $0,091 > 0,05$ sehingga syarat normalitas telah terpenuhi. Nilai *Tolerance* kualitas layanan sebesar 0,145 dan *customer experience* sebesar 0,145 lebih besar dari 0,1 atau 10% dan nilai *varian inflation factor* (VIF) variabel kualitas layanan 6,900 dan *customer experience* sebesar 6,900 lebih kecil dari 10, maka artinya tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen. Nilai Sig variabel kualitas layanan sebesar 0,192 dan *customer experience* sebesar 0,268 lebih besar dari 0,05, maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 2.
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Multikolinearitas		Heteroskedastisitas
	Asymp.Sig(2-tailed)	Tolerance	VIF	Sig
Kualitas layanan				0,192
<i>Customer experience</i>	0,091	0,145	6,900	0,268

Sumber : Data diolah (2024)

Hasil uji determinasi pada Tabel 3 menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,818 yang berarti 81,8 persen kepuasan masyarakat disebabkan oleh kombinasi kualitas layanan dan *customer experience*.

**Tabel 3.
Hasil Uji Determinasi**

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	0,818	0,814	2,13103

Sumber : Data diolah (2024)

Tabel 4 menunjukkan nilai Sig. (0,000) < α (0,05). Sehingga dinyatakan kedua variabel bebas (kualitas layanan dan *customer experience*) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan masyarakat). Artinya, model regresi yang diajukan telah memenuhi syarat kelayakan model.

**Tabel 4.
Hasil Uji Kelayakan Model ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1900,817	2	950,409	209,282	.000 ^b
1 Residual	422,339	93	4,541		
Total	2323,156	95			

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 6,015 + 0,200 X_1 + 0,327 X_2 + e$

**Tabel 5.
Hasil Uji Signifikansi Parsial Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,015	1,577		3,814	0,000
1 Kualitas layanan	0,200	0,061	0,382	3,291	0,001
Customer experience	0,327	0,070	0,539	4,644	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan masyarakat

Sumber : Data diolah (2024)

Hasil analisis signifikansi parsial menunjukkan nilai β_1 sebesar 0,200 (positif) dan Sig (0,001) < α (0,05) sehingga dapat dikemukakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Desa

Pandak Gede sehingga H_1 diterima. Hasil ini berarti semakin baik kualitas layanan maka akan semakin baik juga kepuasan masyarakat Desa Pandak Gede. Kualitas layanan adalah kemampuan penyedia layanan untuk menyampaikan layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan atau pengguna, dalam hal ini adalah masyarakat Desa Pandak Gede. Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur dengan pendekatan indikator kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diukur dengan total enam belas *item* pernyataan secara keseluruhan dipersepsikan baik oleh responden. Hasil ini berarti masyarakat Desa Pandak Gede menganggap Kantor Desa Pandak Gede mampu memberikan layanan sesuai harapan masyarakat.

Berdasarkan deskripsi variabel maka dapat diketahui dari total enam belas *item* pernyataan terdapat tujuh *item* pernyataan yang dipersepsikan cukup baik oleh responden. Hasil ini menunjukkan, meskipun secara keseluruhan kualitas layanan dipersepsikan baik, namun masih terdapat layanan yang masih dirasa cukup baik. Kantor desa pada dasarnya memiliki tujuan untuk memberikan layanan kepada masyarakat terutama layanan administrasi. Masyarakat yang puas tentunya menunjukkan pemerintahan desa berhasil menjalankan fungsinya dengan baik. Implikasi hasil penelitian ini adalah pemerintah Desa Pandak Gede, termasuk juga Pemerintah Kabupaten Tabanan sudah sepatutnya mulai memperhatikan kualitas layanan yang disampaikan kepada masyarakat dengan menetapkan standar yang baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh ([Dalpiama et al, 2023](#)), ([Kurniawan et al, 2023](#)), serta ([Wagiyanto dan Farida, 2023](#)) yang membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

Hasil analisis signifikansi parsial menunjukkan nilai β_2 sebesar 0,327 (positif) dan Sig (0,000) < α (0,05). Dengan demikian maka dapat dikemukakan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat Desa Pandak Gede, sehingga H_2 diterima. Hasil ini berarti semakin baik *customer experience* maka semakin baik juga kepuasan masyarakat Desa Pandak Gede.

Customer experience adalah persepsi pelanggan, dalam hal ini masyarakat Desa Pandak Gede dan perasaan terkait yang disebabkan oleh rangsangan

kumulatif hasil interaksi dengan pegawai dan sistem. *Customer experience* dalam penelitian ini diukur dengan indikator *sense, feel, think, act, dan relate* yang dinyatakan dalam total dua belas *item* pernyataan secara keseluruhan dipersepsikan baik. Namun demikian, berdasarkan deskripsi variabel diketahui terdapat lima *item* pernyataan yang dipersepsikan cukup baik oleh responden. Hasil ini menunjukkan masyarakat Desa Pandak Gede memiliki pengalaman yang baik dengan Kantor Desa Pandak Gede. Pengalaman yang baik ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan masyarakat dengan signifikan.

Kantor desa merupakan instansi pemerintah yang tidak bertujuan komersial atau mendapatkan keuntungan, namun demikian memberikan pengalaman menyenangkan kepada masyarakat juga merupakan suatu kewajiban. Salah satu cara yang dilakukan untuk memberikan pengalaman yang baik kepada masyarakat adalah dengan menyediakan informasi mengenai prosedur layanan dengan jelas mengingat adanya birokrasi yang harus ditaati oleh pemerintah Desa Pandak Gede. Implikasi penelitian ini adalah pemerintah Desa Pandak Gede sebaiknya mulai memperhatikan persepsi masyarakat terhadap pengalaman yang didapatkan ketika berinteraksi dengan kantor desa. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh ([Fauziah et al, 2023](#)), ([Andayani dan Anggraini, 2023](#)), ([Purwianti et al, 2023](#)), serta ([Sabrina et al, 2023](#)) yang menunjukkan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

SIMPULAN

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat sehingga H_1 diterima. Hasil ini berarti semakin baik kualitas layanan maka semakin baik kepuasan masyarakat Desa Pandak Gede. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat sehingga H_2 diterima. Hasil ini berarti semakin baik *customer experience* maka semakin baik kepuasan masyarakat Desa Pandak Gede. Terkait dengan kualitas layanan maka dapat disarankan memberikan pelatihan kepada pegawai mengenai layanan yang diberikan oleh kantor desa secara berkala. Hal ini didasari atas pertimbangan sering berubahnya aturan pemerintah terutama mengenai administrasi kependudukan. Berikutnya juga dapat melakukan *sharing session* seminggu sekali di mana para

pegawai akan saling bertukar atau berbagi pengetahuan mengenai layanan yang diberikan kepada masyarakat.

Terkait dengan *customer experience* maka dapat disarankan menggunakan penyejuk ruangan atau *air conditioner* (AC) agar tidak ada aroma dari luar ruangan yang masuk. Kantor desa juga dapat dipertimbangkan untuk menggunakan pengharum ruangan sewajarnya agar ruangan memiliki aroma yang menyenangkan bagi pengunjung. Selain itu juga dapat dipertimbangkan menggunakan *air curtain blower* pada pintu masuk kantor desa untuk mencegah debu dan aroma dari luar ruangan. Penelitian berikutnya disarankan untuk menguji variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat seperti *servicescape*. Saran ini didasarkan atas hasil uji determinasi yang menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat sebesar 18,2 persen disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiono, A., Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). "Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244–256.
- Andayani, N., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah yang Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 780–787.
- Andayani, N., & Anggraini, T. (2023). "Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah yang Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 780–787.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2020). "The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks." *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 192–212.
- Barahama, T., Wijastuti, R. D., Rawi, R. D. P., & Lewenusu, R. (2022). "Citra Perusahaan, Customer Experience Dan Fasilitas: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pelni Cabang Sorong." *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(2), 142–149.
- Benmansour, N. A. (2019). Citizens and Expatriates Satisfaction With Public Services in Qatar – Evidence From a Survey. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 326–337.
- Cahyono, A. D. (2020). Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah Pamenang*, 2(2), 1–6.

- Cambra-Fierro, J., Gao, L. (Xuehui), Melero-Polo, I., & Trifu, A. (2021). "How do firms handle variability in customer experience? A dynamic approach to better understanding customer retention." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(March).
- Carranza, R., Díaz, E., & Martín-Consuegra, D. (2018). "The influence of quality on satisfaction and customer loyalty with an importance-performance map analysis: Exploring the mediating role of trust." *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 380–396.
- Cheshin, A., Amit, A., & van Kleef, G. A. (2018). "The interpersonal effects of emotion intensity in customer service: Perceived appropriateness and authenticity of attendants" emotional displays shape customer trust and satisfaction." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 144(June 2017), 97–111.
- Dalpiama, Patimah, S., & Habe, H. (2023). Pengaruh Efektifitas Kerja dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulang Bawang). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Ke-III*, 1–6.
- Dalpiama, Patimah, S., & Habe, H. (2023). "Pengaruh Efektifitas Kerja dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulang Bawang)." *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Ke-III*, 1–6.
- De Keyser, A., Verleye, K., Lemon, K. N., Keiningham, T. L., & Klaus, P. (2020). "Moving the Customer Experience Field Forward: Introducing the Touchpoints, Context, Qualities (TCQ) Nomenclature." In *Journal of Service Research* (Vol. 23, Issue 4).
- Famiyeh, S., Asante-Darko, Di., & Kwarteng, A. (2018). "Service quality, customer satisfaction, and loyalty in the banking sector: the moderating role of organizational culture." *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(8), 1546–1567.
- Fauziah, F., Febrilia, I., & Agustin Pratama Sari, D. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengguna E-commerce di JABODETABEK. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 3039–3051.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku." *Prologia*, 3(2), 456.
- Handayani, L., & Suryani, N. (2019). "Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan." *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 743–757.
- Haq, N. U., Raja, A. A., Nosheen, S., & Sajjad, M. F. (2018). "Determinants of client satisfaction in web development projects from freelance marketplaces." *International Journal of Managing Projects in Business*, 11(3), 583–607.
- Hernawan, M., & Harimurti, C. (2022). "Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartfren." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 61–77.

- Hossain, M. J. (2019). "Redefining Expectancy Disconfirmation Theory using LIS SERVQUAL+: An Integrated Framework for evaluating Library Service Quality and User Satisfaction." *International Information and Library Review*, 51(3), 203–216.
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). "Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation." *Journal of Air Transport Management*, 42(October 2017), 167–175.
- Kasinem, K. (2020). "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
- Kurniawan, B., Sihombing, M., & Ridho, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Padang Lawas Utara. *Perspektif*, 12(2), 526–541.
- Kurniawan, B., Sihombing, M., & Ridho, H. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Padang Lawas Utara." *Perspektif*, 12(2), 526–541.
- Kurniawan, H. R., & Nainggolan, B. M. (2023). "Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Customer Experience Di Grand Cemara Hotel Jakarta." *Agustus*, 16(2), 2023.
- Kurniawan, R. C. (2017). "Inovasi Kualitas Pelayanan Publik Pemerintah Daerah." *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(3), 569–586.
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). "Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur." *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). "Understanding customer experience throughout the customer journey." *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Li, H., Meng, F., & Pan, B. (2020). "How does review disconfirmation influence customer online review behavior? A mixed-method investigation." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3685–3703.
- Maharani, S. D., Istiatin, I., & Istiqomah, I. (2022). "Kepuasan pelanggan ditinjau dari customer experience, customer value, dan brand image." *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 598–602.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome." *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). "Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions". *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 230–255.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 26–38.

- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19–38.
- Ofori, K. S., Boakye, K., & Narteh, B. (2018). "Factors influencing consumer loyalty towards 3G mobile data service providers: evidence from Ghana." *Total Quality Management and Business Excellence*, 29(5–6), 580–598.
- Ong, K. S., Nguyen, B., & Alwi, S. F. S. (2017). "Consumer-based virtual brand personality (CBVBP), customer satisfaction and brand loyalty in the online banking industry." *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 370–390.
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2020). "The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation." *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384–405.
- Purwianti, L., Lim, M., Yusuf Widiyanto, N., & Prastama Juliansyach, R. (2023). Analisis Pengaruh Quality Product, Price, Brand Image, Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Restoran Budi Siang Malam. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 123–134.
- Radojevic, T., Stanisic, N., & Stanic, N. (2015). "Solo travellers assign higher ratings than families: Examining customer satisfaction by demographic group." *Tourism Management Perspectives*, 16, 247–258.
- Rahayu, S., & Faulina, S. T. (2022). "Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1–13.
- Sabrina, N. N., Ginting, P., & Silalahi, A. S. (2023). The Effect of Customer Value, Customer Experience and Customer Trust on Customer Satisfaction (Ace Hardware Medan Customer). *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 718–732.
- Sabrina, N. N., Ginting, P., & Silalahi, A. S. (2023). "The Effect of Customer Value, Customer Experience and Customer Trust on Customer Satisfaction (Ace Hardware Medan Customer)." *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 718–732.
- Safitri, V. N., & Widyastuti, E. (2023). "Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah." *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 71.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). "Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten." *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.
- Sinha, S., Jawahar, I. M., Ghosh, P., & Mishra, A. (2020). "Assessing employers' satisfaction with Indian engineering graduates using expectancy-disconfirmation theory". *International Journal of Manpower*, 41(4), 473–489.
- Truong, N. T., Dang-Pham, D., McClelland, R. J., & Nkhoma, M. (2020). "Service innovation, customer satisfaction and behavioural intentions: a conceptual framework." *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 529–542.
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). "Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto)." *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179.

- Wagiyanto, E., & Farida, U. (2023). Kualitas Pelayanan E-KTP terhadap Kepuasan Masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 326–340.
- Wagiyanto, E., & Farida, U. (2023). “Kualitas Pelayanan E-KTP terhadap Kepuasan Masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil.” *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 326–340.