

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM MR.GEPREK

Oleh

Muhammad Arkana Alzair

Penelitian ini menyelidiki bagaimana dimensi kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan di Mr. Geprek, sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner yang dijalankan oleh mahasiswa di Universitas Lampung. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan lapangan kerja di Indonesia, namun menghadapi tantangan dalam hal daya saing, terutama terkait dengan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan, yang mencakup aspek berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berdasarkan model *SERVQUAL*, sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Meskipun penelitian sebelumnya sering berfokus pada perusahaan besar, studi ini secara khusus meneliti UMKM yang dijalankan oleh mahasiswa dan juga mengikutsertakan dampak teknologi. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan desain eksplanatori dan deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data primer dari 100 pelanggan Mr. Geprek di Universitas Lampung melalui survei Google Forms dengan skala Likert 5 poin. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 27, termasuk analisis deskriptif, regresi linier berganda, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kelima dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun secara parsial, hanya dimensi keandalan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa konsistensi dalam pelayanan serta kemampuan memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan merupakan faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada *UMKM* seperti Mr. Geprek.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, UMKM, *SERVQUAL*

ABSTRACT

The Influence of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction in Mr. Geprek MSME

By

Muhammad Arkana Alzair

This study investigates how service quality dimensions influence customer satisfaction at Mr. Geprek, a culinary Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) at Lampung University. Small and Medium Enterprises significantly contribute to Indonesia's GDP and employment but face challenges in competitiveness, particularly regarding customer satisfaction. Service quality, encompassing tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy (SERVQUAL model), is crucial for business success. While previous research often focused on larger firms, this study specifically examines a student-run MSME and incorporates the impact of technology. Employing a quantitative research approach with an explanatory and descriptive design, the study collected primary data from 100 Mr. Geprek customers at Lampung University using Google Forms surveys and a 5-point Likert scale. Data analysis was performed using IBM SPSS Statistics 27, including descriptive analysis, multiple linear regression, and t-tests. The results reveal that, simultaneously, all five service quality dimensions influence customer satisfaction. However, partially, only reliability and assurance have a positive and significant effect. This finding highlights that maintaining consistency in service delivery and ensuring trust and security are the dominant factors in enhancing customer satisfaction for MSMEs like Mr. Geprek.

Keywords : *Service Quality, Customer Satisfaction, MSME, SERVQUAL*