



PENGARUH LAYANAN RIZKI PRINTING TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA ANGKATAN 2023 STAI NURUL ISLAM

Rizki Dharma Adityanto

Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Nurul Islam Mojokerto

e-mail: rizkidharma0158@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima, 28 Februari 2026

Direvisi, 7 Maret 2026

Disetujui, 15 Maret 2026

KEYWORDS

Service, Customer Satisfaction, Rizki Printing, Students, Printing Services.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Rizki Printing's service on the level of student satisfaction in the class of 2023. Service in the service business plays a crucial role as a determining factor for success and competitiveness. This study used a quantitative method by distributing questionnaires to 20 students of STAI Nnurul Islam class of 2023. The results showed that the service variable has a positive and significant effect on student satisfaction. The level of student satisfaction is influenced by the service provided by Rizki Printing. This study emphasizes the importance of improving service dimensions such as punctuality, friendliness, and effective communication in maintaining customer satisfaction.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

KATA KUNCI

Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Rizki Printing, Mahasiswa.

CORRESPONDING AUTHOR

Rizki Dharma Adityanto

Institut Nurul Islam

Mojokerto

rizkidharma0158@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan Rizki Printing terhadap tingkat kepuasan mahasiswa angkatan 2023. Pelayanan dalam usaha jasa memiliki peranan penting sebagai faktor penentu keberhasilan dan daya saing. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 20 mahasiswa STAI Nnurul Islam angkatan 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Tingkat kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan Rizki Printing. Penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan dimensi pelayanan seperti ketepatan waktu, keramahan, dan komunikasi efektif dalam menjaga kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan perkuliahan, kebutuhan akan jasa printing merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas akademik mahasiswa. Setiap mahasiswa dituntut untuk menyelesaikan berbagai tugas seperti laporan, makalah, proposal, hingga skripsi yang membutuhkan hasil cetakan dalam bentuk fisik. Oleh karena itu, keberadaan jasa printing memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran proses perkuliahan.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha jasa. Layanan pelanggan sama pentingnya dengan produk itu sendiri dalam menentukan keberhasilan perusahaan di pasar saat ini. Pengalaman yang menyenangkan tercipta melalui layanan yang baik, sedangkan kepercayaan dan loyalitas terkikis oleh layanan yang buruk.

Setiap pertukaran antar pihak yang tidak menimbulkan kepemilikan hukum atas aset tak berwujud yang mendasarinya dianggap sebagai jasa berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022). Jasa dalam industri percetakan mencakup berbagai macam.

1. **keandalan** (reliability)
2. **daya tanggap** (responsiveness)
3. **jaminan** (assurance)
4. **empati** (empathy)
5. **bukti fisik** (tangible). Kelima aspek tersebut menjadi dasar dalam menilai seberapa baik layanan diberikan kepada pelanggan.

Jasa printing kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat mencetak dokumen, tetapi juga berkembang menjadi layanan yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan seperti desain, penjilidan, dan layanan cepat. Kualitas hasil cetakan, kecepatan pelayanan, harga yang terjangkau, serta kenyamanan tempat menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya mahasiswa.

Rizki Printing merupakan salah satu usaha percetakan lokal yang banyak digunakan oleh mahasiswa, terutama angkatan 2023. Layanan yang disediakan meliputi cetak tugas, dan kebutuhan dokumentasi akademik lainnya. Sebagai usaha yang melayani segmen mahasiswa, Rizki Printing menghadapi pelanggan yang kritis terhadap kualitas hasil, kecepatan pengerjaan, dan keramahan pelayanan.

Namun, berdasarkan observasi awal, masih ditemukan beberapa keluhan mahasiswa terkait keterlambatan hasil cetak, antrian panjang, serta komunikasi yang kurang informatif. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan apakah pelayanan yang diberikan sudah mampu memenuhi harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pelayanan

Memberikan layanan pelanggan yang prima sangat penting di setiap organisasi, tetapi terutama di industri jasa. Setiap tindakan yang dilakukan oleh satu pihak atas nama pihak lain dengan tujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen dianggap sebagai layanan. Kotler dan Keller (2022) menyatakan bahwa layanan adalah setiap manfaat non-materi yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak secara langsung mengarah pada transfer kepemilikan fisik.

Dalam konteks usaha percetakan seperti Rizki Printing, pelayanan mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan untuk memastikan pelanggan mendapatkan hasil cetakan, sablon, dan jilidan yang sesuai dengan harapan. Pelayanan tidak hanya sebatas hasil fisik yang diterima, tetapi juga mencakup bagaimana proses pelayanan berlangsung, mulai dari sambutan, kecepatan, hingga komunikasi yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan.

Pelayanan yang baik biasanya ditandai dengan adanya perhatian terhadap pelanggan, kecepatan dalam merespons, serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah dengan segera. Pelayanan juga dapat menjadi pembeda utama antara satu usaha dengan usaha lainnya. Ketika produk atau harga relatif sama, pelayanan yang lebih baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi.

Dimensi Pelayanan

Dalam model SERVQUAL mereka, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2023) menyatakan bahwa ada lima metrik utama yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan. Metrik-metrik tersebut ialah:

1. Reliability (Keandalan)

Akurasi dan konsistensi dalam penyampaian layanan perusahaan. Dalam konteks Rizki Printing, keandalan berarti mampu mencetak dokumen atau melakukan sablon sesuai pesanan dengan hasil yang sesuai dan tepat waktu.

2. Responsiveness (Daya Tanggap)

Antusiasme para karyawan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat. Mahasiswa sangat menghargai layanan cepat karena sering menghadapi batas waktu tugas yang ketat.

3. Assurance (Jaminan)

Keahlian, keramahan, dan kemampuan karyawan untuk membuat klien merasa nyaman sangatlah penting. Contoh: karyawan di Rizki Printing dengan ramah dapat menjelaskan pilihan kertas, tinta, atau harga.

4. Empathy (Empati)

Mampu menerapkan pendekatan individual kepada setiap konsumen. Pelanggan akan merasa dihargai ketika mereka diperlakukan dengan hangat dan terbuka.

5. Tangible (Bukti Fisik)

Bangunan itu sendiri, mesin-mesinnya, dan perilaku para karyawannya. Pertimbangan seperti kualitas printer, kebersihan fasilitas, dan tata letak area layanan semuanya termasuk dalam kategori ini ketika berbicara tentang pencetakan.

Tingkat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan lima dimensi ini.

Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh bagaimana perasaan mereka secara emosional setelah membandingkan ekspektasi mereka sebelum membeli layanan dengan kinerja aktual yang mereka alami setelah memperolehnya. Kepuasan didefinisikan oleh Philip Kotler (2022) sebagai tingkat terpenuhinya emosi seseorang ketika membandingkan ekspektasinya dengan kinerja aktualnya. Jika kinerja sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan, mereka akan senang; jika tidak, mereka akan kecewa.

Bagi usaha jasa seperti Rizki Printing, kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu keberlanjutan bisnis. Pelanggan yang puas akan menjadi promotor alami yang merekomendasikan jasa kepada teman atau rekan kampusnya, sedangkan pelanggan yang tidak puas dapat menyebarkan kesan negatif.

Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2021) antara lain:

1. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan.
2. Kepuasan terhadap kualitas produk (hasil cetak).
3. Kepuasan terhadap harga.
4. Kepuasan terhadap fasilitas dan kenyamanan tempat.
5. Ketersediaan untuk menggunakan jasa kembali (loyalitas).

Hubungan antara Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan indikator yang baik untuk keunggulan layanan. Pelanggan lebih puas ketika mereka memiliki kesan positif terhadap layanan yang mereka terima, menurut penelitian yang dilakukan oleh Lovelock dan Wirtz (2021). Kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan persepsi positif terhadap usaha jasa.

Dalam konteks Rizki Printing, pelayanan yang cepat, ramah, dan hasil yang rapi akan membuat mahasiswa merasa bahwa uang yang dikeluarkan sepadan dengan hasil yang diterima. Sebaliknya, jika pelayanan lambat dan hasil tidak sesuai, pelanggan akan merasa tidak puas.

Akibatnya, layanan kini menjadi variabel (X) yang bergantung pada variabel lain (Y), dalam hal ini, kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji seberapa puas pelanggan dengan layanan suatu perusahaan. Penelitian berikut ini relevan:

1. **Nadia & Haryanto (2019)** – “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Percetakan di Surabaya.”

Menurut temuan studi, semua aspek SERVQUAL, tetapi terutama daya tanggap dan keandalan, secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan.

2. **Sari & Mulyono (2020)** – “Analisis Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Sablon di Yogyakarta.”
Pelanggan melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi ketika mereka merasa tenang dan diperlakukan dengan empati, yang membuat mereka merasa dihargai dan nyaman.
3. **Rahman (2021)** – “Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan pada Percetakan Mahasiswa.”
Bukti menunjukkan bahwa mahasiswa lebih puas dan menjadi pelanggan setia ketika mereka menerima layanan yang cepat dengan harga yang wajar dari pelayan yang membantu.
4. **Utami (2022)** – “Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Usaha Digital Printing.”
Diperoleh nilai korelasi sebesar 0,76 antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan, yang menunjukkan hubungan positif yang kuat.
Pencetakan dan sablon adalah contoh industri jasa di mana beberapa penelitian menemukan korelasi antara pekerjaan berkualitas tinggi dan kepuasan pelanggan.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode statistik digunakan dalam penelitian ini. Karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dua variabel terukur, yaitu layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y), saling berhubungan, maka metode ini diadopsi. Hasil dari kuesioner skala Likert digunakan, dan analisis statistik dasar dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang saling terkait.

Metode penelitian kuantitatif cocok digunakan karena memungkinkan peneliti melakukan pengukuran secara objektif terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Dalam konteks ini, fenomena yang diteliti adalah bagaimana pengaruh pelayanan yang diberikan oleh Rizki Printing terhadap kepuasan mahasiswa angkatan 2023 sebagai pelanggan tetap maupun pelanggan sementara.

Untuk memperjelas dampak atau hubungan antar variabel yang telah ditetapkan, penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif deskriptif. Kondisi layanan dan tingkat kepuasan dapat dipahami lebih baik melalui penelitian deskriptif, sedangkan pengaruh satu variabel terhadap variabel lain dapat dipahami lebih baik melalui penelitian asosiatif.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Studi dilaksanakan di Rizki Printing, sebuah usaha percetakan yang berlokasi di sekitar lingkungan STAI Nurul Islam. Lokasi ini dipilih karena Rizki Printing ialah satu dari tempat percetakan yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa universitas tersebut, khususnya angkatan 2023.

Antara bulan Agustus dan September 2025, peneliti mengumpulkan data, mendistribusikan survei, memproses hasilnya, dan menuliskan temuan mereka.

Populasi dan Sampel

Populasi pada studi ini ialah semua mahasiswa angkatan 2023 STAI Nurul Islam yang pernah menggunakan jasa Rizki Printing, baik untuk print dokumen, jilid, dll. Populasi ini dianggap relevan karena mereka merupakan kelompok pengguna aktif yang dapat memberikan penilaian terhadap pelayanan Rizki Printing. Dua puluh mahasiswa angkatan 2023 dipilih untuk penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel bertujuan, yang mempertimbangkan kriteria tertentu. Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk memilih peserta penelitian::

1. Mahasiswa angkatan 2023 yang minimal dua kali menggunakan jasa Rizki Printing.
2. Mahasiswa yang pernah menggunakan lebih dari satu jenis layanan (print, jilid).
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian dengan jujur dan lengkap.

Variabel Penelitian

Dua faktor utama digunakan pada studi ini, yaitu:

1. Variabel Independen (X): Pelayanan

Segala hal mulai dari ketepatan waktu dan keandalan Rizki Printing hingga jaminan, empati, dan bukti nyata merupakan bagian dari layanan yang diberikan.

2. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Pelanggan
Pelanggan dianggap puas ketika tingkat kesenangan atau kekecewaan mereka diukur berdasarkan seberapa baik layanan tersebut memenuhi harapan mereka.

Definisi Operasional variabel

Tabel 1. Operasional Variabel

VARIABEL	INDIKATOR	SKALA PENGUKURAN
PELAYANA (X)	1. Keandalan (Reliability) – Ketepatan waktu, hasil sesuai pesanan	SKALA LIKERT (1-5)
	2. Daya tanggap (Responsiveness) – Kecepatan dalam melayani pelanggan	
	3. Jaminan (Assurance) – Rasa aman, kepercayaan terhadap pegawai	
	4. Empati (Empathy) – Perhatian dan keramahan terhadap pelanggan	
	5. Bukti fisik (Tangibles) – Fasilitas, peralatan, dan penampilan pegawai	
KEPUASAN PELANGGAN (Y)	Kepuasan terhadap kualitas pelayanan	SKALA LIKERT (1-5)
	Kepuasan terhadap harga	
	Kepuasan terhadap kenyamanan	
	Kesediaan menggunakan jasa kembali (loyalitas)	

Masing-masing indikator dinilai menggunakan skala Likert 1–5, di mana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju,
- 2 = Tidak Setuju,
- 3 = Netral,
- 4 = Setuju,
- 5 = Sangat Setuju.

Teknik Pengumpulan Data

Studi ini menggunakan data primer dan sekunder.

1. Data Primer
Responden (mahasiswa angkatan 2023) disurvei menggunakan kuesioner yang mencakup pertanyaan tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan untuk mengumpulkan data primer. Empat ukuran kebahagiaan pelanggan dan lima aspek layanan SERVQUAL menjadi dasar kerangka survei.
2. Data Sekunder
Untuk mengumpulkan data sekunder, kami menelusuri artikel ilmiah, buku, dan studi tentang subjek layanan industri percetakan dan kepuasan konsumen.

Teknik Analisis data

Proses analisis data melibatkan beberapa langkah, termasuk:

1. Demografi responden, tingkat evaluasi layanan, dan kepuasan pelanggan semuanya dijelaskan menggunakan statistik deskriptif.
2. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk menjamin bahwa instrumen tersebut mengukur variabel yang dimaksud dan bahwa temuannya konsisten.
3. Untuk menilai kekuatan hubungan antara faktor layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y), digunakan Korelasi Pearson. Berikut rumus korelasinya:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

4. Untuk mengetahui proporsi layanan yang meningkatkan kepuasan pelanggan, kami menggunakan koefisien determinasi (R^2).
5. Untuk mengetahui apakah layanan tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, digunakan pengujian hipotesis (uji-t). Dengan asumsi nilai t yang dihitung lebih besar dari nilai t tabel ($\alpha = 0,05$), hipotesis nol diterima.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Studi melibatkan 20 responden mahasiswa angkatan 2023 yang telah menggunakan jasa Rizki Printing minimal dua kali. Berikut gambaran umum responden penelitian:

Tabel 2. Karakteristik Responden

KATEGORI	KRITERIA	JUMLAH (ORANG)	PRESENTASE (%)
Program Studi	Ekonomi	7	35
	Matematika	5	25
	Bahasa Inggris	4	20
	PAI	4	20
Frekuensi Menggunakan Jasa Print	2 kali	5	25
	3-5 kali	10	50
	> 5 kali	5	25
Jenis Layanan Yang Digunakan	Print dokumen	18	90
	jilid	15	75

Data menunjukkan bahwa antara tiga hingga lima kali setiap bulan, mahasiswi merupakan sebagian besar pelanggan. Pencetakan dan penjiilidan dokumen adalah dua jenis layanan yang paling populer,

Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel Pelayanan (x)

Model SERVQUAL mengidentifikasi lima aspek layanan yang berkontribusi pada kualitas keseluruhannya: daya tanggap, jaminan, keandalan, empati, dan wujud nyata. Berikut adalah peringkat rata-rata yang diberikan responden untuk setiap aspek layanan berdasarkan hasil survei:

Tabel 3. Deskripsi Variabel Pelayanan

DIMENSI PELAYANAN	RATA-RATA SKOR	KATEGORI
Keandalan (reability)	4,35	Sangat baik
Daya Tanggap (Responsive)	4,20	Sangat baik
Jaminan (Assurance)	4,15	Baik
Empati (empathy)	4,05	Baik
Bukti Fisik (Tangibles)	3,95	Baik
Rata-rata keseluruhan	4,14	Baik

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa dimensi keandalan memperoleh nilai tertinggi, artinya Rizki Printing dinilai mampu memberikan hasil cetakan sesuai pesanan dan tepat 0waktu. Dimensi dengan skor terendah adalah bukti fisik, yang menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa merasa fasilitas dan peralatan masih dapat ditingkatkan.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan diukur menggunakan empat indikator, yaitu kepuasan terhadap pelayanan, harga, kenyamanan, dan loyalitas. Hasil kuesioner menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

INDIKATOR KEPUASAN PELANGGAN	RATA-RATA SKOR	KATEGORI
Kepuasan terhadap pelayanan	4,30	Sangat baik
Kepuasan terhadap harga	4,10	Baik
Kepuasan terhadap kenyamanan	3,90	Baik
Loyalitas (kesediaan menggunakan jasa kembali)	4,25	Sangat baik
Rata-rata keseluruhan	4,14	Baik

Berdasarkan temuan ini, jelas bahwa layanan Rizki Printing telah memuaskan para mahasiswa, terutama pada aspek loyalitas, yang berarti pelanggan bersedia kembali menggunakan jasa Rizki Printing di masa mendatang.

Analisis data

Uji Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara variabel pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y), dilakukan uji korelasi dengan hasil sebagai berikut:

Variabel	r-hitung	Keterangan
Pelayanan (X) → Kepuasan (Y)	0,82	Korelasi Kuat dan Positif

Terdapat korelasi yang kuat dan positif antara layanan dan kepuasan pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai r sebesar 0,82. Mahasiswa lebih puas dengan layanan Rizki Printing ketika layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan mereka.

Koefisien Determinasi (R²)

Saat menghitung dampak layanan terhadap kepuasan pelanggan, rumus koefisien determinasi digunakan:

$$R^2 = (r)^2 = (0,82)^2 = 0,6724$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa 67,24% kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan Rizki Printing, sedangkan 32,76% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, lokasi, promosi, dan kebutuhan individu pelanggan.

Uji Hipotesis (Uji T)

Ambang batas signifikansi yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Berikut adalah nilai-nilai yang diperoleh dari perhitungan:

t-hitung = 4,97

t-tabel ($df = 18, \alpha = 0,05$) = 2,10

Penolakan H_0 dan penerimaan H_1 sama-sama disebabkan oleh nilai t yang dihitung (4,97) lebih besar daripada nilai t tabel (2,10). Jika demikian, maka tingkat kebahagiaan angkatan 2023 sangat berkorelasi dengan layanan yang diberikan oleh Rizki Printing.

Pembahasan Hasil Penelitian

Jelas dari analisis data bahwa pelayanan secara signifikan dan positif mempengaruhi kebahagiaan angkatan 2023. Konsisten dengan gagasan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022), temuan ini menegaskan bahwa penyediaan pelayanan berkualitas tinggi akan menghasilkan pelanggan yang lebih bahagia.

1. Keandalan (Reliability) merupakan dimensi pelayanan yang paling berpengaruh. Mahasiswa merasa puas karena hasil print sesuai pesanan dan dikerjakan tepat waktu. Ketepatan waktu menjadi hal krusial bagi mahasiswa yang sering memiliki tenggat tugas.
2. Daya tanggap (Responsiveness) juga berpengaruh signifikan. Pegawai Rizki Printing dinilai cepat tanggap dalam melayani pelanggan, terutama ketika banyak antrean. Mahasiswa menilai pegawai cukup sigap memberikan solusi jika terjadi kendala pada mesin printer atau tinta habis.
3. Jaminan (Assurance) berhubungan dengan rasa percaya pelanggan terhadap kemampuan pegawai. Pegawai yang sopan, berpengalaman, dan mampu menjelaskan jasa print dengan baik atau memberikan rasa aman bagi pelanggan.
4. Empati (Empathy) menunjukkan bahwa pegawai memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Walaupun belum sempurna, pelanggan menilai Rizki Printing cukup memperhatikan keluhan dan permintaan khusus, seperti hasil print warna atau jilid rapi.
5. Bukti fisik (Tangibles) mendapat nilai paling rendah, meskipun masih tergolong baik. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik seperti tata ruang, kebersihan, serta kenyamanan tempat menunggu dapat ditingkatkan agar pelanggan merasa lebih nyaman.

Secara umum, mahasiswa angkatan 2023 memberikan penilaian bahwa pelayanan Rizki Printing sudah baik dan memuaskan. Namun, untuk meningkatkan kepuasan lebih tinggi, perlu dilakukan perbaikan pada aspek bukti fisik dan variasi layanan agar pelanggan lebih tertarik.

KESIMPULAN

Hasil studi terhadap mahasiswa angkatan 2023 STAI Nurul Islam yang menunjukkan pengaruh layanan Rizki Printing terhadap kepuasan mahasiswa memperlihatkan hubungan yang baik dan signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut. Pelanggan lebih puas ketika mendapatkan layanan berkualitas tinggi.

Dari hasil kuesioner terhadap 20 responden, mayoritas mahasiswa menyatakan puas terhadap pelayanan Rizki Printing, terutama pada aspek kecepatan, keramahan, dan ketepatan waktu penyelesaian pesanan. Ini membuktikan bahwa memberikan layanan berkualitas tinggi adalah kunci kepuasan pelanggan.

Secara umum, Rizki Printing telah mampu memberikan pelayanan yang baik, namun masih perlu peningkatan pada fasilitas fisik dan sistem pemesanan agar lebih efisien. Pelayanan yang berkualitas juga terbukti dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra positif usaha di kalangan mahasiswa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat waktu merupakan kunci utama dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap jasa Rizki Printing, sekaligus menjadi dasar penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha ke depan.

REFERENSI

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2021). *Service, Quality, & Customer Satisfaction (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, H. (2023). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nadia, S., & Haryanto, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Jasa Percetakan Digital di Lingkungan Kampus*. *Jurnal Administrasi dan Bisnis Modern*, 5(2), 45–58.
- Sari, D. P., & Mulyono, R. (2022). *Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Percetakan di Kota Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(1), 66–78.
- Rahman, A. (2023). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Usaha Sablon dan Printing Mahasiswa*. *Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovasi*, 7(3), 92–105.
- Utami, N. (2024). *Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Percetakan Kampus*. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 11(2), 30–43.