

---

## Analisis Dampak Keberadaan Tukang Parkir Liar Terhadap Loyalitas Pelanggan di Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni Kota Palembang

Gusfin Wahyudi<sup>1</sup>, Heriyanto<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma, Indonesia  
E-mail: gusfinwahyudi1@gmail.com<sup>1</sup>, heriyanto8799@gmail.com<sup>2</sup>

---

### Article History:

Received: 23 Agustus 2025  
Revised: 30 September 2025  
Accepted: 06 Oktober 2025

**Keywords:** *Illegal Parking Attendants, Customer Loyalty, Comfort, Modern Retail, Kalidoni.*

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of illegal parking attendants on customer loyalty at Alfamart and Indomaret outlets in Kalidoni District, Palembang City. The presence of illegal parking attendants, as part of the uncontrolled external environment, may affect customer perceptions of comfort, security, and accessibility while shopping. This research employed a quantitative method with data collection through a closed-ended questionnaire administered to 100 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using simple linear regression to test the direct effect of the independent variable on the dependent variable. The results showed that the presence of illegal parking attendants has a significant and negative effect on customer loyalty. This is evidenced by a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a determination coefficient value of 0.432, indicating that 43.2% of the variation in customer loyalty is influenced by illegal parking attendants. The study revealed that the indicators of unofficial parking fees and physical comfort contributed most to forming negative customer perceptions. This research recommends policy interventions from outlet management and local government to create a more orderly, secure, and officially managed parking system to enhance long-term customer loyalty.*

---

**Kata Kunci:** Tukang Parkir Liar, Loyalitas Pelanggan, Kenyamanan, Ritel Modern, Kalidoni.

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keberadaan tukang parkir liar terhadap loyalitas pelanggan di gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang. Keberadaan tukang parkir liar sebagai bagian dari lingkungan eksternal yang tidak dikelola secara formal dapat memengaruhi persepsi kenyamanan, keamanan, dan aksesibilitas pelanggan saat berbelanja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner tertutup kepada 100 responden yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh langsung variabel

bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis menunjukkan bahwa keberadaan tukang parkir liar berpengaruh signifikan dan negatif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,432 yang menunjukkan bahwa 43,2% variasi loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh keberadaan tukang parkir liar. Ditemukan bahwa indikator biaya parkir tidak resmi dan kenyamanan fisik memiliki kontribusi tertinggi dalam membentuk persepsi negatif pelanggan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya intervensi kebijakan dari pihak pengelola gerai dan pemerintah lokal untuk menciptakan sistem parkir yang tertib, aman, dan dikelola secara resmi demi meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri ritel modern di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir. Minimarket seperti Alfamart dan Indomaret telah hadir di hampir seluruh wilayah, mulai dari kawasan urban padat penduduk hingga daerah pinggiran. Model belanja cepat, efisien, dan aksesibel yang ditawarkan oleh ritel modern ini telah mengubah perilaku konsumen Indonesia yang semakin menghargai kenyamanan dan kecepatan transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Tohri et al., 2023).

Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2024, Indomaret memiliki 23.107 gerai, sedangkan Alfamart memiliki sekitar 20.000 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Pertumbuhan ini terus berlanjut pada kuartal pertama tahun 2025, di mana jumlah gerai Indomaret meningkat menjadi 23.127 gerai, dan

Alfamart mencapai 20.455 gerai. Di Kota Palembang, jumlah gerai Indomaret dan Alfamart baik yang baru dibuka maupun yang melakukan perpanjangan izin telah mencapai 593 gerai, terdiri dari 318 gerai Indomaret dan 209 gerai Alfamart. Secara spesifik, di Kecamatan Kalidoni terdapat 36 gerai, dengan komposisi 20 gerai Indomaret dan 16 gerai Alfamart.

**Tabel 1.** Gerai Alfamart dan Indomart

Lokasi	Tahun/Periode	Indomaret (Gerai)	Alfamart (Gerai)	Total Gerai
Nasional	2024	23.107	20.000	43.107
Nasional	2025	23.127	20.455	43.582
Kota Palembang	2025	318	209	527
Kecamatan Kalidoni	2025	20	16	36

Namun, pesatnya ekspansi ritel modern tersebut tidak lepas dari berbagai tantangan baru yang muncul, terutama dalam aspek fasilitas pendukung eksternal seperti area parkir yang aman dan tertata. Di berbagai kota besar, termasuk Kota Palembang, persoalan tukang parkir liar di sekitar gerai ritel semakin sering ditemukan. Keberadaan juru parkir tidak resmi yang memungut biaya tanpa standar jelas dan sering kali mengatur parkir secara semrawut menjadi masalah yang mengganggu pengalaman berbelanja pelanggan. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan dan bahkan risiko keamanan, terutama pada jam-jam sibuk. Dalam konteks pelayanan konsumen,

kenyamanan fisik lingkungan ritel menjadi bagian penting yang turut memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. (Bharmawan & Hanif, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya bergantung pada interaksi kasir atau karyawan, tetapi juga mencakup elemen-elemen eksternal seperti kemudahan akses dan keamanan area parkir.

Fenomena ini semakin relevan di Kalidoni yang merupakan kawasan padat penduduk, dengan tingkat lalu lintas yang tinggi dan keterbatasan lahan parkir yang memadai. Tidak sedikit konsumen yang mengeluhkan praktik tukang parkir liar yang justru menjadi hambatan saat ingin berbelanja. Situasi ini berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan terhadap suatu gerai, terutama jika pengalaman negatif seperti pungutan liar atau sulitnya mencari tempat parkir terjadi secara berulang.

Kondisi ini menjadi alasan utama mengapa Kecamatan Kalidoni dipilih sebagai lokasi penelitian, mengingat wilayah ini tidak hanya menghadapi tantangan nyata terkait tukang parkir liar, tetapi juga memiliki jumlah gerai ritel modern yang cukup tinggi dan representatif dibandingkan kecamatan lainnya di Kota Palembang. Dengan demikian, studi yang dilakukan di Kalidoni diharapkan mampu menggambarkan secara menyeluruh dinamika interaksi antara faktor lingkungan eksternal dan loyalitas pelanggan, serta memberikan kontribusi ilmiah yang relevan bagi pengembangan manajemen ritel di kawasan urban.

Dalam teori perilaku konsumen, loyalitas merupakan hasil dari akumulasi pengalaman positif yang konsisten. (Sundari & Syaikhudin, 2021) menyebutkan bahwa lingkungan belanja yang mendukung secara fisik dan psikologis memainkan peran penting dalam mempertahankan niat kunjungan ulang pelanggan. Apabila konsumen merasa tidak nyaman karena gangguan eksternal seperti tukang parkir liar, maka kemungkinan besar mereka akan mencari alternatif gerai lain yang memberikan pengalaman lebih baik. Hal ini juga didukung (S. Li, 2020) yang menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dibentuk oleh faktor internal seperti harga dan ketersediaan produk, tetapi juga oleh kenyamanan fisik seperti ruang gerak, tata letak, dan sarana parkir yang tertib.

Sayangnya, kajian-kajian empiris tentang loyalitas pelanggan di Indonesia masih sangat terbatas membahas faktor eksternal seperti kondisi parkir. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek internal seperti layanan kasir, promosi, dan kelengkapan produk. Padahal, dalam konteks persaingan ritel yang semakin ketat, aspek pendukung di luar bangunan toko pun berperan strategis dalam membentuk kepuasan dan retensi pelanggan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan penelitian yang lebih menyeluruh untuk memahami bagaimana keberadaan tukang parkir liar memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap gerai ritel modern.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Keberadaan Tukang Parkir Liar terhadap Loyalitas Pelanggan di Gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota

Palembang.” Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya literatur tentang loyalitas konsumen berbasis kondisi lingkungan ritel, serta menjadi masukan strategis bagi manajemen ritel dan pemerintah daerah dalam merancang kebijakan pengelolaan ruang publik yang ramah konsumen dan mendukung pertumbuhan sektor ritel secara berkelanjutan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Teori dan Konsep Tukang Parkir Liar dalam Lingkungan Ritel**

Studi oleh (Wattimena, 2024) mengkaji peran kualitas layanan parkir dan perlindungan

---

konsumen dalam sektor parkir informal. Hasilnya menunjukkan bahwa layanan parkir yang tidak dikelola secara sah berdampak signifikan terhadap persepsi nilai dan kepercayaan konsumen terhadap tempat usaha. Sementara itu, et (Njo et al., 2022) melalui penelitian mereka tentang *servicescape* dalam pusat ritel modern di Surabaya menyatakan bahwa elemen lingkungan fisik seperti keteraturan parkir, keamanan, dan kebersihan menjadi komponen penting yang membentuk perilaku konsumen dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

### **Teori Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan merupakan bentuk keterikatan emosional dan perilaku terhadap suatu merek atau perusahaan, yang tercermin dari niat membeli ulang, keengganan untuk beralih ke pesaing, dan kesediaan memberikan rekomendasi positif. Menurut (Tran et al., 2025), loyalitas terbentuk dari serangkaian pengalaman positif yang berulang dan konsisten, termasuk dimensi kepuasan, kepercayaan, dan kenyamanan dalam berinteraksi dengan layanan. Dalam konteks ritel, loyalitas tidak dibangun semata karena harga atau lokasi, melainkan dari kualitas pengalaman menyeluruh yang dirasakan pelanggan (Elshaer et al., 2025).

### **Teori Perilaku Konsumen dalam Konteks Lingkungan Eksternal**

Perilaku konsumen dipengaruhi tidak hanya oleh karakteristik internal, seperti motivasi dan sikap, tetapi juga oleh faktor-faktor eksternal yang membentuk persepsi lingkungan mereka saat melakukan pembelian. Dalam konteks ritel modern, keberadaan tukang parkir liar dapat dikategorikan sebagai stimulus eksternal yang berdampak terhadap emosi, sikap, dan akhirnya perilaku pelanggan.

### **Teori Servicescape dan Lingkungan Fisik**

Teori *Servicescape* mengacu pada pengaruh lingkungan fisik terhadap perilaku dan persepsi pelanggan. Dalam konteks ritel modern, lingkungan luar toko seperti area parkir menjadi bagian dari *servicescape eksternal* yang membentuk persepsi awal terhadap kualitas layanan. Unsur seperti keteraturan, keamanan, kenyamanan, dan kemudahan akses di area parkir termasuk dalam elemen-elemen kunci yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut (Z. Li et al., 2024) dalam studi mereka di *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, kualitas lingkungan fisik ritel, termasuk aspek seperti tata letak parkir, pencahayaan, dan interaksi sosial di area tersebut, memengaruhi emosi pelanggan secara langsung melalui jalur *stimulus-organism-response* (SOR). Lingkungan yang tidak tertib seperti adanya tukang parkir liar dapat menjadi stimulus negatif yang memicu respons emosional berupa kecemasan atau ketidaknyamanan.

## **MEODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah keberadaan tukang parkir liar yang beroperasi di sekitar gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang, dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Keberadaan tukang parkir liar dikaji sebagai bentuk faktor lingkungan eksternal (non-produk) yang dapat memengaruhi kenyamanan, rasa aman, dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan ritel.

Tukang parkir liar dalam konteks ini didefinisikan sebagai individu yang mengatur dan memungut biaya parkir secara tidak resmi tanpa izin dari otoritas berwenang maupun pengelola toko. Keberadaan mereka sering kali dikaitkan dengan praktik pungutan liar, pengaturan parkir

yang semrawut, serta potensi konflik atau tekanan sosial terhadap pelanggan.

Penelitian ini menyoroti interaksi pelanggan dengan tukang parkir liar dalam konteks lingkungan fisik layanan (*servicescape*). Elemen-elemen seperti ketertiban area parkir, keamanan kendaraan, kemudahan akses, dan sikap dari juru parkir liar dipertimbangkan sebagai bagian dari stimulus eksternal yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini selaras dengan pendekatan *Stimulus–Organism–Response (SOR)* yang menjelaskan bahwa stimulus eksternal (dalam hal ini: tukang parkir liar) dapat memicu reaksi emosional dan sikap (*organism*), yang akhirnya berdampak pada perilaku pelanggan seperti kunjungan ulang atau rekomendasi (*response*).

Fokus dari objek penelitian ini bukan hanya pada perilaku juru parkir liar, tetapi pada bagaimana pelanggan menilai dan merasakan pengaruh keberadaan mereka terhadap pengalaman berbelanja, terutama saat memasuki dan meninggalkan lokasi ritel. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam menyoroti peran lingkungan luar toko sebagai salah satu determinan penting dalam loyalitas konsumen dalam sektor ritel modern.

## **Populasi dan Sampel**

### **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berbelanja di gerai Alfamart dan Indomaret yang berada di wilayah Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang, khususnya yang pernah mengalami interaksi langsung dengan tukang parkir liar. Karena karakteristik populasi ini bersifat terbuka dan tidak tercatat secara resmi (*dinamis*), maka jumlah pastinya tidak diketahui secara pasti (*unknown population size*).

Dalam situasi seperti ini, teknik pengambilan sampel yang berbasis probabilitas seperti *random sampling* tidak dapat diterapkan secara optimal. Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, yaitu teknik *purposive sampling*, untuk memilih responden yang sesuai dengan kriteria tertentu.

### **Sampel**

Sampel dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive*, yaitu hanya melibatkan responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Pernah berbelanja di gerai Alfamart atau Indomaret di Kecamatan Kalidoni minimal dua kali dalam satu bulan terakhir.
2. Pernah mengalami interaksi dengan tukang parkir liar di sekitar lokasi gerai tersebut, baik dalam bentuk pungutan parkir, pengaturan parkir, maupun pengalaman parkir yang tidak tertib.

### **Jumlah Sampel**

Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 orang. Jumlah ini dipilih karena dianggap memadai untuk analisis regresi linier sederhana, dan telah sesuai dengan jumlah minimum sampel pada penelitian kuantitatif dengan variabel tunggal (Sarstedt et al., 2021).

Menurut (Pratiwi et al., 2025), *purposive sampling* adalah teknik yang tepat ketika populasi tidak diketahui secara pasti, tetapi peneliti ingin fokus pada individu yang memiliki pengalaman relevan terhadap isu yang sedang diteliti. Teknik ini sering digunakan dalam riset konsumen di lingkungan ritel atau digital, di mana karakteristik konsumen bersifat heterogen dan sulit dilacak sepenuhnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017), instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistic 25 dimana uji validitas ini dilakukan dengan metode statistik, yaitu korelasi product moment dari Karl Pearson dengan cara membandingkan r tabel product moment dengan alpha (level of significance) dengan taraf signifikansi  $5\% = 0,05$ . Apabila output dari penilaian diperoleh taraf signifikansi pada total  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan tersebut valid. Sebaliknya, apabila diperoleh taraf signifikan pada total  $> 0,05$  maka pernyataan tersebut tidak valid.

**Tabel 2.** Validitas Variabel keberadaan Tukang Parkir Liar (X)

No. Item	<i>Pearson Corelation</i> R Hitung	R Tabel	Nilai Sign.	Taraf Sign.	Ket.
1	0,752	0,361	0,000	0,05	Valid
2	0,761	0,361	0,000	0,05	Valid
3	0,812	0,361	0,000	0,05	Valid
4	0,788	0,361	0,000	0,05	Valid
5	0,822	0,361	0,000	0,05	Valid
6	0,821	0,361	0,000	0,05	Valid
7	0,624	0,361	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data diolah pada (2025)

Berdasarkan tabel diatas, uji validitas terhadap keberadaan tukang parkir, dapat diketahui bahwa 7 item dinyatakan valid, karena nilai r hitung  $>$  r tabel atau (Sig. 2 Tailed)  $<$  0,05, sehingga semua item pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur keberadaan tukang parkir.

**Tabel 3.** Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No. Item	<i>Pearson Corelation</i> R Hitung	R Tabel	Nilai Sign.	Taraf Sign.	Ket.
1	0,825	0,361	0,000	0,05	Valid
2	0,760	0,361	0,000	0,05	Valid
No. Item	<i>Pearson Corelation</i> R Hitung	R Tabel	Nilai Sign.	Taraf Sign.	Ket.
3	0,809	0,361	0,000	0,05	Valid
4	0,815	0,361	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data diolah pada (2025)

Berdasarkan tabel diatas, uji validitas terhadap variabel kualitas produk, dapat diketahui bahwa 5 item dinyatakan valid, karena nilai r hitung  $>$  r tabel atau (Sig. 2 Tailed)  $<$  0,05, sehingga semua item pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu alat pengumpul data penelitian yang berupa kuesioner yang berisi indikator dari variabel (Ghozali, 2018:45). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian ini telah memberikan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas juga bertujuan

untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya serta untuk mengetahui tingkat reliabilitas jawaban responden. Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah rumus koefisien *Cronbach's Alpha*. Untuk mengukur reliabilitas, suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Semakin dekat nilai *Cronbach's Alpha* dengan satu, maka semakin dapat diandalkan peringkat reliabilitas untuk setiap variabel. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi olah data program *SPSS Statistic 25* untuk mengukur dan menentukan variabel yang reliabel. Uji Reliabilitas permasing-masing variabel diringkas pada tabel berikut:

**Tabel 4.** Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Keberadaan Tukang Parkir (X)	0,885	>0,70	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,816	>0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah pada (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian yang berjumlah 11 pertanyaan memiliki nilai koefisien yang lebih tinggi daripada *Cronbach's Alpha* yang diisyaratkan, yaitu sebesar 0,70. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasil uji coba instrumen ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti.

### Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, terkumpul data responden sebanyak 20 konsumen dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 5.** Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	Persentase%
1	Perempuan	59	56,2%
2	Laki-laki	46	43,8%
<b>Total</b>		105	100%

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan data distribusi responden menurut jenis kelamin, diketahui bahwa dari total 105 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 59 orang (56,2%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 46 orang (43,8%). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan laki-laki. Hal ini dapat mencerminkan bahwa persepsi atau pengalaman terkait keberadaan tukang parkir, khususnya di gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang lebih banyak dikemukakan oleh responden perempuan, yang mungkin lebih aktif atau lebih terlibat dalam aktivitas belanja di lokasi tersebut. Untuk melihat rentang umur konsumen yang paling dominan pelanggan alfamart dan indomaret. Berikut tabel distribusi usia:

**Tabel 6.** Distribusi Frekuensi Usia

No	Usia	F	Persentase%
1	<20 tahun	9	8,6%
2	21-30 tahun	64	61%
3	31-40 tahun	28	26,7%

4	>40 tahun	4	3,1%
<b>Total</b>		105	100%

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan distribusi usia responden, diketahui bahwa kelompok usia 21– 30 tahun merupakan yang paling dominan, dengan jumlah 64 responden (61%) dari total 105 responden. Kelompok ini mencerminkan konsumen usia muda dewasa yang umumnya berada dalam usia produktif dan aktif melakukan aktivitas konsumsi. Selanjutnya, kelompok usia 31–40 tahun berada pada posisi kedua dengan 28 responden (26,7%), diikuti oleh kelompok usia di bawah 20 tahun sebanyak 9 responden (8,6%), dan yang paling sedikit adalah kelompok di atas 40 tahun sebanyak 4 responden (3,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni berasal dari kelompok usia muda, khususnya rentang 21–30 tahun, yang cenderung memiliki mobilitas tinggi serta kebiasaan konsumsi yang praktis dan cepat. Setelah itu, akan disajikan pula tabel frekuensi intensitas kunjungan, guna mengetahui seberapa sering pelanggan melakukan pembelian gerai alfamart dan indomaret di kecamatan kalidoni, kota Palembang, yang juga dapat mencerminkan tingkat loyalitas mereka.

Berikut tabel distribusi frekuensi intensitas kunjungan:

**Tabel 7.** Distribusi Frekuensi Intensitas Kunjungan

No	Frekuensi Intensitas Kunjungan	Jumlah	Persentase%
1	1 kali	7	6,7%
2	2-3 kali	60	57,1%
3	>3 kali	38	36,2%
<b>Total</b>		105	100%

Sumber: diolah tahun 2025

Berdasarkan data intensitas kunjungan, mayoritas responden tercatat mengunjungi gerai Alfamart dan Indomaret sebanyak 2–3 kali dalam kurun waktu tertentu, dengan jumlah 60 responden (57,1%) dari total 105 responden. Selanjutnya, sebanyak 38 responden (36,2%) mengaku berkunjung lebih dari 3 kali, sedangkan hanya 7 responden (6,7%) yang menyatakan hanya melakukan kunjungan sebanyak 1 kali. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki intensitas kunjungan yang cukup tinggi, yang mengindikasikan bahwa gerai Alfamart dan Indomaret merupakan pilihan utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Frekuensi kunjungan yang tinggi juga dapat menjadi indikator loyalitas awal, di mana konsumen cenderung mengulang kunjungan karena faktor kenyamanan, kemudahan akses, harga terjangkau, atau pengalaman belanja yang memuaskan. Hal ini sekaligus memperkuat relevansi penelitian mengenai pengaruh aspek eksternal, seperti keberadaan tukang parkir, terhadap loyalitas pelanggan.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji statistic non parametric Kolmogrov-smirnov Test (K-S) dalam P-Plot dengan aplikasi IBM SPSS 25 untuk uji normalitas pada penelitian ini. Uji normalitas menurut (Ghozali, 2018) berfungsi menguji suatu data apakah di dalam model regresi, variabel residual sudah berdistribusi normal atau belum. Model pengujian tersebut tentunya bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel keberadaan tukang parkir liar (X), dan loyalitas

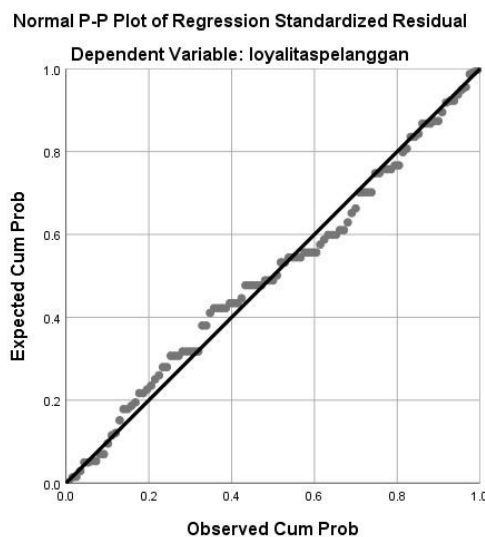
pelanggan (Y) berdistribusi normal atau tidak. Test ini dianggap normal apabila total nilai signifikannya lebih dari  $> 0,05$ , dan dianggap tidak normal apabila kurang dari  $< 0,05$ . Hasil pengujian Kolmogorov-smirnov test (K-S) untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 8.** Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Tes (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.15180679
Most Extreme Differences	Absolute	0.069
	Positive	0.065
	Negative	-0.069
Test Statistic		0.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah pada tahun 2025

Bedasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada residu model regresi, dapat diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0.200 dan Kolmogorov-Smirnov Z = 0,200 yang berarti lebih besar dari ambang batas signifikansi 0,05. Hal ini berarti p-value lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal. Uji normalitas juga dilengkapi dengan P-Plot, dan hasilnya adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.** P-Plot

Hasil uji normalitas menggunakan P-Plot mengatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan regresi memenuhi syarat normalitas. Hal ini dibuktikan dengan titik yang ada pada gambar mendekati dan mengikuti garis diagonal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mencari hubungan (korelasi) linear yang sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2018:107). Nilai yang digunakan apabila nilai Tolerance lebih dari 0,10 ( $Tolerance > 0,10$ ) dan jika nilai VIF kurang dari 10 maka variabel bebas yang diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai Tolerance kurang dari 0,10 ( $Tolerance < 0,10$ ) dan nilai VIF lebih dari 10 maka variabel bebas yang diuji memiliki gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 9.** Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keberadaan tukang parkir liar	1.000	1.000
<i>a. Dependent Variabel: Loyalitas pelanggan</i>			

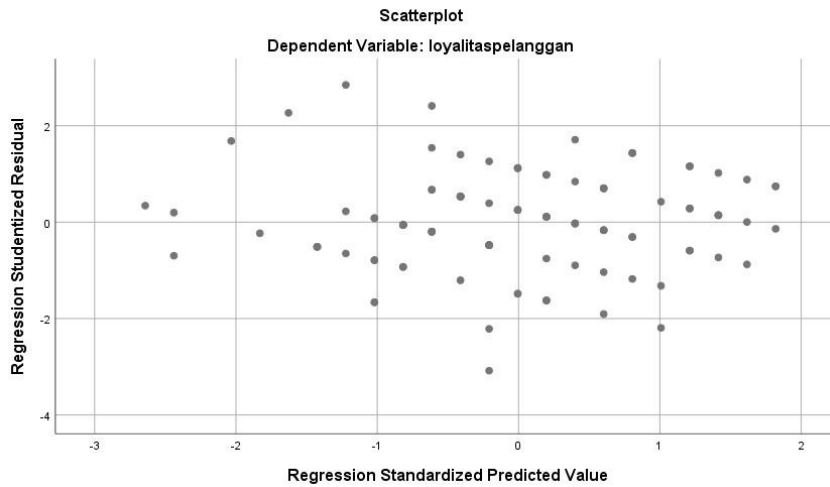
Sumber: Data diolah pada tahun 2025

Berdasarkan tabel, statistik kolinearitas menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas di antara variabel independen. Nilai tolerance untuk keberadaan tukang parkir liar sebesar 1.000 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1.000 jauh di bawah 10. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain, sehingga koefisien regresi dapat dianggap stabil dan dapat diinterpretasikan secara akurat untuk menjelaskan pengaruh masing-masing variabel terhadap loyalitas pelanggan.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu dengan pengamatan yang lain terdapat pada model regresi, jika variance dari residual berbeda dari satu pengamatan dengan pengamatan lain maka disebut heteroskedastisitas. Jika variance dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lain tetap maka disebut dengan homoskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data pada grafik scatterplot dengan program SPSS for Windows versi 25, dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Apabila terdapat titik-titik membentuk pola tertentu (pola gelombang, garis, atau melebar lalu menyempit), maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Apabila titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan melebar di atas dan bawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



**Gambar 3.** Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan scatterplot residual dengan variabel dependen loyalitas pelanggan, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis horizontal nol tanpa membentuk pola tertentu. Sebaran yang acak ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Selain itu, penyebaran residual yang merata di sepanjang nilai prediksi menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Dengan demikian, scatterplot ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi linearitas dan homoskedastisitas, sehingga dapat dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Penggunaan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel independen yaitu keberadaan tukang parkir terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan baik secara parsial. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 untuk menganalisis regresi linear sederhana, maka hasil dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 10.** Hasil Uji Regresi Linear sederhana

<i>Model</i>		<i>Coefficients<sup>a</sup></i>						
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>				<i>Beta</i>	<i>Tolerance</i>
1	(Constant)	5.746	2.002		2.871	0.005		
	Keberadaan tukang parkir liar	0.383	0.067	0.492	5.732	>.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2025

Dari hasil tabel diatas maka hasil uji regresi lienar berganda didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + e \quad Y = 5.746 + 0,383X + e$$

Keterangan:

Y = loyalitas pelanggan

X = keberadaan tukang parkir

E = Variabel independen lainnya/residual error

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen keberadaan tukang parkir mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan konstanta sebesar 5,746 yang menunjukkan nilai loyalitas pelanggan ketika variabel independen bernilai nol.

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 5,746

Apabila keberadaan tukang parkir liar bernilai 0, maka loyalitas pelanggan memiliki nilai tetap sebesar 5,746.

2. Nilai koefisien regresi keberadaan tukang parkir liar (X) = 0,383 Apabila variabel keberadaan tukang parkir liar (X) mengalami penambahan nilai sebesar satu (1) poin, maka keberadaan tukang parkir liar akan mengalami peningkatan sebesar 0,383. Dengan asumsi variabel lain tidak ada atau konstan. Koefisien bernilai positif memiliki arti bahwa adanya hubungan positif antara keberadaan tukang parkir liar dengan loyalitas pelanggan.

### Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis adalah jawaban sementara yang diberikan oleh peneliti untuk setiap rumusan masalah pada penelitian. uji hipotesis terdiri dari  $H_a$  dan  $H_o$ , yang dimana hipotesis penelitian itu nanti ditolak atau diterima. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t (parsial).

Uji parsial bertujuan untuk membuktikan pengaruh satu variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Penolakan ataupun penerimaan hipotesis mampu dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan nilai titik kritis menurut tabel. Suatu variabel bebas secara individual mempengaruhi variabel terikat jika nilai statistik t lebih tinggi daripada nilai t tabel (Ghozali, 2018). Dalam pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi pada saat uji t kurang dari atau  $< 0,05$  maka dinyatakan bahwa variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak sehingga tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial dengan variabel terikat. Hasil uji parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 11.** Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.746	2.002		2.871	0.005
	Keberadaan tukang parkir liar	0.383	0.067	0.492	5.732	>.001
a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan						

Sumber: Data diolah pada tahun 2025

Bedasarkan hasil uji t dalam analisis regresi linear sederhana, interpretasi variabel independen terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) didapatkan dengan membandingkan nilai signifikan dalam nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t tabel 0,05 (5%) yang didapatkan dari 105 responden adalah 1,983.

Nilai t hitung untuk variabel keberadaan tukang parkir liar sebesar 5,732. Pada tingkat signifikansi (5%) dari nilai t tabel sebesar 1,983, maka keberadaan tukang parkir terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik keberadaan tukang parkir, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Maka dari itu  $H_1$  diterima.

### Koefisien Determinasi

Penggunaan koefisien determinasi simultan bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menggambarkan variabel bebas yaitu keberadaan tukang parkir liar (X) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y). Peneliti menggunakan aplikasi *IBM SPSS 25* untuk melihat koefisien determinasi simultan yang ada pada tabel *model summary* dan menggunakan rumus  $R$  square x 100%. Hasil dari determinasi simultan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 12.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.567 <sup>a</sup>	0.322	0.315	1.15738
a. <i>Predictors: (Constant)</i> , keberadaan tukang parkir liar				
b. <i>Dependent Variable:</i> loyalitas pelanggan				

Sumber: Data diolah pada tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *R Square* memiliki nilai sebesar 0,322 atau 32,2%. Hal ini menyatakan bahwa 32,2% variabel keberadaan tukang parkir liar mempunyai pengaruh sebesar 32,2%. Sedangkan selebihnya sebanyak 67,8% dipengaruhi oleh varaiabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

### Pembahasan

Berlandaskan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel keberadaan tukang parker liar berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang. Hal ini di buktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang dilakukan dengan membandingkan variabel keberadaan tukang parkir liar dengan loyalitas pelanggan di gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang. Berdasarkan tabel uji t, dapat dilihat bahwasanya variabel keberadaan tukang parker liar (X) mempunyai nilai t hitung sebesar 6,990 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang bermakna terdapat pengaruh antara variabel keberadaan tukang parkir liar dengan loyalitas pelanggan atau  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan tukang parkir liar memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di gerai alfamart dan indomaret di kecamatan kalidoni. Kota palembang. hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien determinasi R Square memiliki nilai sebesar 0,322 atau 32,2% yang menunjukkan bahwa 32,2% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh keberadaan tukang parkir liar, sementara sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara deskriptif keberadaan tukang parker liar dipersepsikan cukup positif oleh responden, terutama dalam aspek kenyamanan dan aksesibilitas. Namun, praktik pungutan parkir tidak resmi menjadi isu dominan, dan peran tukang parkir dalam menjaga keamanan kendaraan masih menimbulkan persepsi yang bervariasi. Kondisi ini menunjukkan perlunya penataan dan pengawasan yang lebih optimal agar pelayanan yang diberikan lebih profesional dan terpercaya.

Sementara itu, loyalitas pelanggan secara umum berada pada tingkat sangat tinggi. Responden menunjukkan konsistensi dalam niat kunjung ulang, memberikan rekomendasi, merasa puas, dan melakukan pembelian ulang. Hal ini mencerminkan kepuasan yang kuat dan terbentuknya hubungan jangka panjang antara pelanggan dan layanan yang diberikan.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Alvionita et al., 2022) menyatakan bahwa fasilitas parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen minimarket. Dalam penelitian tersebut kemudahan dalam mengakses area parkir serta keterjangkauan biaya parkir terbukti berkontribusi terhadap peningkatan kenyamanan konsumen, yang pada gilirannya turut memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, dijelaskan bahwa apabila biaya parkir dianggap memberatkan atau pelayanan dari petugas parkir tidak dilakukan secara profesional, maka hal tersebut dapat berdampak negatif terhadap keputusan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang ke minimarket yang bersangkutan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Elbatista et al., 2024) mengenai dampak parkir liar terhadap tingkat kunjungan konsumen pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Bandar Lampung menunjukkan bahwa keberadaan tukang parkir liar turut memengaruhi persepsi pelanggan, khususnya dalam aspek kenyamanan dan keamanan. Meskipun sebagian pelaku usaha menyatakan bahwa parkir liar tidak secara langsung berdampak pada pendapatan usaha, namun dari sisi konsumen ditemukan bahwa ketidaknyamanan akibat sistem parkir yang tidak teratur menjadi alasan utama pembatalan kunjungan. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian ini, di mana persepsi negatif terhadap keberadaan tukang parkir liar dapat berimplikasi pada menurunnya loyalitas pelanggan terhadap gerai minimarket tertentu.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas bahwa pengelolaan area parkir dan perilaku tukang parkir, termasuk tukang parkir liar, memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Jika tidak ditangani dengan baik, kondisi ini berpotensi menurunkan kepuasan dan menimbulkan persepsi negatif yang berdampak pada keputusan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi, serta melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, perlu adanya intervensi dari pihak pengelola toko dan pemerintah setempat dalam melakukan penataan dan pengawasan sistem parkir secara profesional agar loyalitas pelanggan dapat terjaga dan bahkan meningkat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “*Pengaruh Keberadaan Tukang Parkir Liar terhadap Loyalitas Pelanggan di Gerai Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang*”, dapat ditarik beberapa

kesimpulan sebagai berikut:

1. Keberadaan Tukang Parkir Liar Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan  
Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel keberadaan tukang parkir liar memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,650 mengindikasikan bahwa 65% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh keberadaan tukang parkir liar. Sisa 35% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.
2. Arah Pengaruh Negatif terhadap Loyalitas  
Koefisien regresi yang negatif ( $\beta = -0,782$ ) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi negatif terhadap keberadaan tukang parkir liar, maka semakin rendah tingkat loyalitas pelanggan terhadap gerai ritel modern tersebut. Ini berarti bahwa parkir liar bukan hanya

dianggap mengganggu secara fisik, tetapi juga secara psikologis mengurangi kenyamanan dan keamanan, sehingga menurunkan intensi berbelanja ulang dan merekomendasikan toko.

3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan uji validitas terhadap 30 responden awal, seluruh item pada kuesioner dinyatakan valid dengan nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel (0,361). Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897, yang berarti instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi.

4. Dimensi-Dimensi yang Paling Mempengaruhi

Dari indikator yang digunakan untuk mengukur keberadaan tukang parkir liar, dimensi keamanan dan kenyamanan menunjukkan skor rata-rata tertinggi dalam memengaruhi persepsi pelanggan. Responden merasa tidak nyaman dan tidak aman ketika berhadapan langsung dengan tukang parkir liar yang memaksa atau mengatur parkir secara semrawut.

5. Persepsi Pelanggan terhadap Loyalitas

Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap fasilitas pendukung toko, terutama area parkir. Banyak pelanggan menyatakan bahwa jika pengelolaan parkir ditingkatkan (misalnya dengan juru parkir resmi atau area parkir tertata), maka mereka akan lebih sering berbelanja dan tidak ragu merekomendasikan gerai kepada orang lain.

## REFERENSI

- Almodawer, Y., Alam, S. S., Sinniah, S., & Ali, M. H. (2024). Health tourism in Malaysia: understanding the drivers of satisfaction and revisit intention. *Tourism Recreation Research*, 1–22.
- Alvionita, F., Damayanti, R., Yulianti, I., & Syafrimen, S. (2022). Hubungan antara dukungan sosial dan strategi coping dengan kebahagiaan pada mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi. *ANFUSINA: Journal of Psychology*, 5(2), 185–196.
- Batista, E. L., & Caetano, J. M. P. (2024). O Uso do rap no combate ao racismo: Uma sequência didática para o ensino de Língua Portuguesa. *Revista Letras Raras*, 13(2), e2167–e2167.
- Bharmawan, A. N., & Hanif, M. (2022). *Manajemen ritel modern: Konsep dan praktik*. Deepublish.
- Bonello, V., Faraone, C., Leoncini, R., Nicoletto, L., & Pedrini, G. (2022). (Un) making space for manufacturing in the city: The double edge of pro-makers urban policies in Brussels. *Cities*, 129, 103816.
- DI TB MUJUR KEDIRI. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 1082–1090.
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Fayyad, S., Aljoghaiman, A., Fathy, E. A., & Fouad, A. M. (2025). From asymmetry to satisfaction: the dynamic role of perceived value and trust to boost customer satisfaction in the tourism industry. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 68.
- Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 14(1), 19–21.
- Guo, J., Guan, H., Han, Y., & Xue, Y. (2023). Analysis of the Potential Economic Impact of Parking Space Comprehensive Utilization on Traditional Business District. *Sustainability*, 16(1), 28.
- Hermawan, A., & Ratnanto, S. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN, Jahangir, J., Aman-Ullah, A., & Mehmood, W. (2025). Service Quality and Customers Loyalty towards Organized Retailers. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 12(1).
- KEMUDAHAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

- Li, S. (2020). The impact of service quality, self-service technology, and the corporate image on customer satisfaction and customer revisit intention among luxury hotels in Kuala Lumpur, Malaysia. *International Journal of Services, Economics and Management*, 11(1), 48–70.
- Li, Z., Tulcanaza-Prieto, A. B., & Lee, C. W. (2024). Effect of e-servicescape on emotional response and revisit intention in an internet shopping mall. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(3), 2030–2050.
- Nguyen, H. Q., Nguyen, Q. H., Tran, P. T., Trinh, N. L., & Nguyen, Q. T. (2023). The relationship between service quality of banking kiosk and customer satisfaction: the moderating role of technology readiness. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 15(3/4), 273–290.
- Njo, A., Gunawan, K., & Rahardjo, D. (2022). Surviving the new-normal: a study on physical servicescape and visitor behavior in quick-service restaurants in malls in Surabaya, Indonesia. *Tourism and Hospitality Management*, 28(3), 597–619.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multipleitem scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Parhusip, A. A. (2022). Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Layanan Online (Grab) Di Wilayah Kota Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 107–118.
- Pengaruh Flash Sale Terhadap Keputusan Membeli Konsumen E-Commerce. *Repository Universitas Airlangga*.
- Pratiwi, A. R., Ramadhan, R. M. D., Raharjo, W. M., & Sevika, T. A. P. (2025).
- S Kumar, D., Nair, K. U., & Purani, K. (2023). Servicescape design: Balancing physical and psychological safety. *Marketing Intelligence & Planning*, 41(4), 473–488.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh promosi dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi shopee (studi pada mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587–632). Springer.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sun, S., & Pan, Y. (2023). Effects of service quality and service convenience on customer satisfaction and loyalty in self-service fitness centers: differences between staffed and unstaffed services. *Sustainability*, 15(19), 14099.
- Sundari, D., & Syaikhudin, M. (2021). *Loyalitas konsumen dalam perspektif pemasaran modern*. Widina Media Utama.
- Tohri, A., Mastur, M., Habibuddin, H., Syamsiar, H., & Parhanuddin, L. (2023). Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5(1), 45–56.
- Tran, Q. P., Do, A. D., Ha, D. L., Bui, P. T., Nguyen, D. K., & Tran, N. H. D. (2025). Value co-creation and customer satisfaction mediation on the service innovation and generation Z consumers' repurchase intention in Vietnam. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2466811.
- Wattimena, H. (2024). Service quality and consumer protection laws in the parking industry: an implications for consumer satisfaction. *International Journal of Business*, 1(3), 12–22.
- Zhou, Q., & Wang, Y. (2025). Research on the Variable Factors Influencing the Vitality of Commercial Districts Based on the SOR Theory Model. *Buildings*, 15(11), 1868.