

PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP CUSTOMER DELIGHT PADA
PELANGGAN DOPAMINE CAFÉ RINGROAD

¹Saut Purba, ²Robinson Sipahutar, ³Lambas Marisi Tua LG

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Santo Thomas Medan

³Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email: ¹purbasaut@gmail.com, ²starrobin42@gmail.com, ³lambas.lg@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service excellence on customer delight for Dopamine Café Ringroad customers. This type of research is descriptive quantitative. The population in this study was Dopamine Café Ringroad customers who visited from January to June 2024, totaling 10,800 people. The sample in this study was 99 respondents using the Sample Random Sampling technique. The data analysis methods used are Instrument Test, Classic Assumption Test, Simple Linear Regression Test, Hypothesis Test and Coefficient of Determination Test. The research results show that service excellence has a positive and significant effect on customer delight among Dopamine Café Ringroad customers.

Keywords: Service Excellence, Customer Delight

PENDAHULUAN

Dalam industri jasa kini mulai terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep-konsep seperti *customer focused* atau *marketoriented culture* untuk tetap dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Meningkatkan kepentingan tentang kepuasan pelanggan, perubahan teknologi yang cepat dan tantangan persaingan global menuntut efektivitas strategi pemasaran untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing suatu perusahaan (Zainuddin, 2012).

Kesenangan pelanggan (*customer delight*) adalah reaksi pelanggan ketika mereka menerima suatu pelayanan atau produk yang memberikan nilai melebihi harapan mereka. Untuk menciptakan kesenangan (*delight*), perusahaan harus mengerti keinginan pelanggan, mengantisipasi kebutuhan pelanggan, memberikan lebih apa yang diharapkan pelanggan, dan membuat setiap momen dari aspek dalam hubungan ini menjadi sesuatu yang menyenangkan, atau menjadi pengalaman yang menyenangkan. Pelanggan yang marah atau tidak puas akan menimbulkan masalah karena mereka dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut ke mulut (Lovelock dan Wright, 2007).

Suatu perusahaan mungkin beralasan, produk dan jasa jarang ada yang sempurna dan orang sulit disenangkan. Perusahaan-perusahaan yang mengambil pendekatan ini mungkin akan menghadapi masalah karena banyak bukti menunjukkan bahwa memuaskan pelanggan saja tidaklah cukup. Pelanggan yang sedikit puas atau netral dapat direbut oleh pesaing. Namun, pelanggan yang senang akan tetap loyal walaupun ada tawaran yang menarik dari pesaing. Kepuasan pelanggan memainkan peran yang sangat penting dalam industri yang sangat bersaing karena terdapat perbedaan yang sangat besar dalam loyalitas antara pelanggan yang sekedar puas dan yang benar-benar puas atau senang.

Salah satu yang mempengaruhi *customer delight* adalah *service excellence*. Barata (2003) mengemukakan *service excellence* merupakan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada pelanggan terdiri dari 6 unsur

pokok, antara lain kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accounttability*).

Pentingnya *service excellence* terhadap pelanggan juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan, tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan. *service excellence* harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi yang jauh ke depan dan dapat mengembangkan strategi dan kiat *service excellence* yang mempunyai keunggulan. Disamping itu, harus diupayakan terus menerus untuk meningkatkan kemampuan para petugas pelayanan agar dapat menumbuhkan dedikasi dan memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk barang dan jasa kita tanpa sempat lagi melirik atau memakai produk lain (Irawan, 2016).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari,et.al. (2014) berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa *service excellence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penciptaan *customer delight*. Hal ini menjelaskan Penyedia jasa harus mengidentifikasi apa target yang diharapkan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi jasa tidak hanya perlu untuk memuaskan pelanggan tetapi memiliki untuk menyenangkan mereka juga. Hal ini sangat penting karena kesenangan pelanggan (*customer delight*) terus dipandang sebagai akibat dari *service excellence* yang melebihi harapan.

Dopamine Café Ringroad merupakan salah satu industri jasa yang bergerak dibidang *food and beverages*. Peneliti memilih Dopamine Café Ringroad sebagai objek penelitian dikarenakan Dopamine Café Ringroad merupakan salah satu tongkrongan anak muda Kota Medan yang cukup populer. Dopamine Café Ringroad menghadirkan konsep *library café* yang sangat santai dan tenang. Dopamine Café Ringroad terdiri dari 3 lantai dengan konsep *soft and strong*. Setiap lantai dan ruangan, memiliki konsep unik yang dihiasi deng *furniture* yang berbeda-beda. Untuk lantai 1 yang berkapasitas maksimal 30 orang terdapat puluhan lampu gantung yang menghiasi seputaran meja bar dengan konsep *open bar*, pengunjung dapat leluasa melihat menu saat diracik. Masuk ke lantai dua, pengunjung akan dimanjakan dengan konsep ruangan yang *soft* dengan warna dinding yang didominasi warna pink, putih dan hijau. Lantai 2 juga menjadi tempat yang *instagramable* karena banyak spot foto unik, seperti pojok kiri terdapat *furniture* lemari buku berbentuk pohon, tentu saja dilengkapi dengan berbagai koleksi buku, majalah hingga komik. Dopamine Café Ringroad menghadirkan suasana yang nyaman dan santai buat belajar sekaligus suasana café, pelanggan dapat *request* musik ingin dimatikan atau dipelankan. Intinya Dopamine Café Ringroad mengutamakan kenyamanan. Selain itu juga didukung dengan *service excellence* yang dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan agar dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan saat menikmati layanan ayng diberikan pegawai Dopamine Café Ringroad.

Berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui pengaruh *service excellence* terhadap *customer delight* pada pelanggan Dopamine Café Ringroad secara lebih detail dan komprehensif. Dimana penulis dapat berkontribusi dalam memberikan saran terkait peningkatan *customer delight* yang akan berdampak terhadap peningkatan minat kunjungan pelanggan.

KAJIAN TEORI

Service Excellence

Service excellence merupakan sebuah ekspresi kepuasan yang sangat tinggi yang dihasilkan dari kinerja mengejutkan. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi jasa tidak hanya perlu untuk memuaskan pelanggan tetapi memiliki untuk menyenangkan mereka juga. Hal ini sangat penting karena kesenangan pelanggan (*customer delight*) terus dipandang sebagai akibat dari pelayanan prima yang melebihi harapan (Sari,et.al., 2014).

Sedangkan Daryanto dan Setyobudi (2014) mengemukakan *service excellence* pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

Menurut Sumolang,et.al. (2019) pengukuran *service excellence* dapat diukur melalui indikator yang terdiri dari kecepatan waktu pelayanan, akurasi/ketepatan pelayanan, kesopanan dan keramahan pelaku usaha, tanggung jawab dalam menangani complain pelanggan, jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya, kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi dan petunjuk lainnya serta kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan,fasilitas teknologi dan lain-lainnya.

Customer Delight

Customer delight merupakan aset yang sangat berharga bagi suatu bisnis, karena pelanggan yang senang memiliki peranan yang paling penting dari sekedar membeli produk ataupun jasa, pelanggan juga dapat membuat perusahaan dikenal baik dengan membagikan pengalaman yang mereka rasakan ketika membeli produk atau jasa di perusahaan dan dengan begitu perusahaan dapat menghasilkan banyak keuntungan (Sugarda,et.al., 2023).

Sedangkan Kotler dalam Fatima,et.al. (2023) mengemukakan *customer delight* merupakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

Menurut Kwong dalam Anindita (2015) pengukuran *customer delight* dapat diukur melalui indikator sebagai berikut *justice, esteem, security, trust* dan *variety*.

METODE PENELITIAN

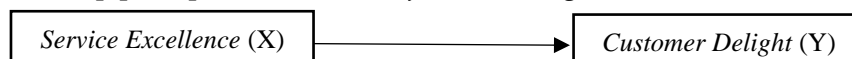
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan di Dopamine Café Ringroad. Populasi pada penelitian ini merupakan pelanggan Dopamine Café Ringroad yang berkunjung mulai Januari s/d Juni 2024 yang berjumlah 10.800 orang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Sample Random Sampling* dengan mengacu pada pendekatan rumus Slovin.

Service Excellence (X) merupakan suatu bentuk pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian terhadap pelanggan, adanya upaya melayani dengan tindakan terbaik dan tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu (Siregar,et.al., 2019). Indikator *service excellence* terdiri dari kecepatan waktu pelayanan, akurasi/ketepatan pelayanan, kesopanan dan keramahan pelaku usaha, tanggung jawab dalam menangani complain pelanggan, jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya, kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi dan petunjuk lainnya serta kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan,fasilitas teknologi dan lain-lainnya (Sumolang,et.al., 2019).

Customer Delight (Y) merupakan reaksi pelanggan ketika mereka menerima suatu pelayanan atau produk yang memberikan nilai melebihi harapan mereka. Untuk menciptakan kesenangan (*delight*), perusahaan harus mengerti keinginan pelanggan, mengantisipasi kebutuhan pelanggan, memberikan lebih apa yang diharapkan pelanggan, dan membuat setiap momen dari aspek dalam hubungan ini menjadi sesuatu yang menyenangkan, atau menjadi pengalaman yang menyenangkan (Vildayanti, 2019). Indikator *customer delight* terdiri dari *justice, esteem, security, trust* dan *variety* (Kwong dalam Anindita, 2015).

Data pada penelitian ini didapatkan melalui kuesioner. Dimana skala pengukuran data menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji instrument, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Kerangka konsep pada penelitian ini disajikan dalam gambar berikut dibawah ini:



Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian

Gambar diatas menjelaskan bahwa *service excellence* yang dimiliki dengan baik akan memberikan pengaruh yang besar terhadap *customer delight*.

Sedangkan hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- H : Terdapat pengaruh *service excellence* terhadap *customer delight* Pada Pelanggan Dopamine Café Ringroad

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dengan jumlah responden 30 orang sehingga diperoleh nilai r_{tabel} 0,3061 untuk itu jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka item instrument tidak valid. Dan jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} maka item instrument tersebut valid.

Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner dalam penelitian ini r_{hitung} dari semua item instrumen hasilnya adalah lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95% untuk 30 responden yaitu 0,3061. Dengan demikian, item-item instrument pada kuesioner ini hasilnya valid, dan item kuesioner yang valid dapat dijadikan instrument bagi penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka termasuk ke dalam tingkat yang reliabilitasnya kurang baik. Nilai di atas 0,7 sampai 0,8 dalam tingkat reliabilitas dapat diterima, dan nilai di atas 0,8 tingkat reliabilitasnya baik. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan bantuan program *SPSS for Windows 24*. Adapun hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.996	26

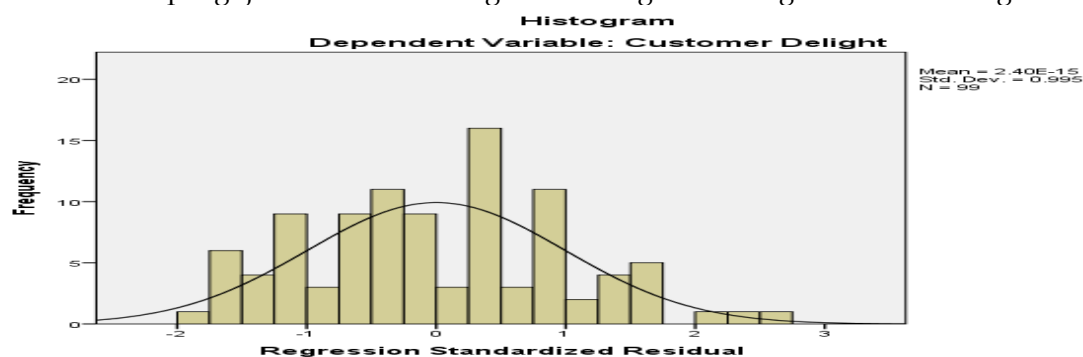
Sumber : Hasil Olah Data Primer, Juni 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari 26 item instrument yang dilakukan pada 30 responden adalah sebesar 0,996. Dengan demikian, uji reliabilitas dari keseluruhan item instrument yaitu 26 item pertanyaan pada kuesioner sudah dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* tersebut sebesar $0,996 > 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dengan metode grafik histogram adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik Histogram

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat normalitas data hal tersebut dapat dilihat dari bentuk grafik yang mengikuti bentuk lonceng.

Selain uji normalitas menggunakan analisis grafik histogram, peneliti juga menggunakan analisis grafik P-P Plot. Hasil pengujian normalitas dengan metode grafik P-P Plot adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Metode P-P-Plot

Hasil dari gambar di atas dapat dilihat bahwa grafik P-P Plot titik-titik menyebar mengikuti dan mendekati garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan residual telah berdistribusi normal.

Selain uji normalitas menggunakan analisis grafik histogram dan grafik P-P Plot, Peneliti juga menggunakan uji *Kolmogorov-Sminornov* dengan melihat tingkat signifikansinya. Distribusi data penelitian dinyatakan normal jika nilai probabilitas (sig) > 0,05. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Sminornov* adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Sminornov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.01809529
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.049
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

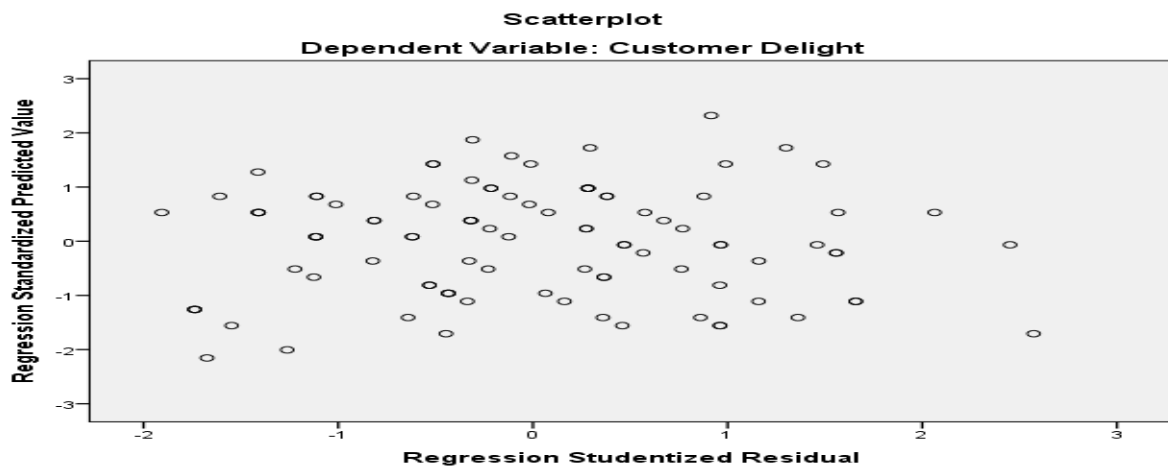
Sumber: Hasil Olah Data Primer, Juni 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui bahwa nilai signifikansi 200 lebih besar dari 0,05 atau $200 \geq 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi terjadi perbedaan variance dan residual data yang ada. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan analisis grafik plot antar nilai prediksi variabel terikat

(ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan grafik plot adalah sebagai berikut:



Gambar 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur. Titik-titik dalam grafik tersebar secara acak (tidak membentuk pola). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh *service excellence* terhadap *customer delight* pada pelanggan Dopamine Café Ringroad . Hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.450		14.875	.000
	Service Excellence	.197	.548	6.445	.000

a. Dependent Variable: Customer Delight

Sumber: Hasil Olah Data Primer, Juni 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 29,450 + 0,197$$

Dari persamaan diatas, maka koefisien regresi dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai constan (a) = 29,450 berarti apabila *service excellence* bernilai konstan, maka *customer delight* adalah sebesar 29,450.
2. Nilai bX = 0,197 berarti bahwa apabila *service excellence* mengalami peningkatan satu satuan atau 1% maka akan menyebabkan kenaikan terhadap *customer delight* sebesar 0,197, jika variabel lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.450	1.980	14.875	.000
	Service Excellence	.197	.031	.548	.000

a. Dependent Variable: Customer Delight
 Sumber: Hasil Olah Data Primer, Juni 2024

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel *service excellence* adalah 6,445 dan t_{tabel} bernilai 1,98472 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,445 > 1,98472$) dan nilai signifikan (sig.) $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer delight* pada pelanggan Dopamine Café Ringroad.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase atas persentase kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan demikian sebaliknya. Adapun hasil dari perhitungan uji koefisien determinansi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.300	.293	2.028

a. Predictors: (Constant), Service Excellence
 b. Dependent Variable: Customer Delight
 Sumber: Hasil Olah Data Primer, Juni 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,300 atau 30% yang berarti bahwa variabel *service excellence* berpengaruh terhadap variabel *customer delight* sebesar 30%. Hal ini dapat diartikan bahwa 70% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan variabel yang tidak diteliti.

Pembahasan

Dari hasil pemaparan dan pembahasan pada masalah yang telah di uji pada program SPSS for Windows 24, maka rumusan masalah dan hipotesis dalam penelitian ini telah terjawab dan diketahui hasilnya, berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel *service excellence* (X) terhadap *customer delight* (Y) dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} 6,445 > t_{tabel} 1,98472 artinya positif. Dimana nilai Signifikasi pada kolom Sig. $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer delight* pada pelanggan Dopamine Café Ringroad dengan demikian hipotesis diterima.

Service excellence menjadi salah satu strategi yang diterapkan dalam industri jasa guna menghadapi persaingan pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu usaha mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah menggunakan jasa pesaing, membuat pelanggan merasa puas, menyenangkan pelanggan dan menghasilkan pelanggan yang setia. Dalam lingkungan industri yang sangat kompetitif saat ini, memuaskan pelanggan tidak cukup untuk memastikan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Industri jasa juga harus mampu melampaui tingkatan yang lebih tinggi dari kepuasan sebelum mencapai tingkat loyalitas, tingkatan itu disebut *customer delight*. Pengalaman yang mengejutkan, yang merupakan hasil dalam kenikmatan dan akhirnya

tercipta *customer delight*. *Delight* sebagai respons emosional dapat memperkuat komitmen pelanggan terhadap penyedia layanan, hal tersebut akan mengarah pada tingkat loyalitas dan niat pembelian kembali. *Customer delight* akan timbul jika diskonfirmasi positif digabungkan dengan kesenangan dan kejutan (Sari,et.al., 2014).

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu berdasarkan uji parsial (uji t) *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer delight* pada pelanggan Dopamine Café Ringroad.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Putri. (2015). Pengaruh Customer Delight: Justice, Esteem dan Finishing Touch Terhadap Active dan Passive Loyalty (Studi Pada Mitra Kerja UPT-PK Singosari-Malang). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. 13(2), 237- 246
- Barata, Atep Adya. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elek Mediakomputindo
- Daryanto dan Setyobudi, Ismanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Fatima, Aliyah Shelomita, Mawardi, M. Cholid, dan Novianto, Abdullah Syakur. (2023). Pengaruh Promosi Customer Delight Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*. 4(1), 671-683
- Irawan, Yoga Bambang. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Smesco Mart Al-Hakim Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 3(2), 1-20
- Lovelock, Christoper dan Wright, Lauren K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Sari, Norma Komala, Wibowo, Lili Adi dan Ridwanudin, Oce. (2014). Upaya Menciptakan Customer Delight Melalui Service Excellence Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali (Survei Terhadap Tamu SIP Member Yang Menginap Di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*. 4(2), 783-792
- Siregar, Sheila Galuh Syafira, Lubis, Anggia Sari, dan Siregar, Horia. (2019). Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Medan). *Prossiding Seminar Hasil Penelitian 2019 Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Medan*
- Sugarda, I.W.O., Suardhika, I.N., dan Sapta, I.K.S. (2023). Analysis of Factors That Determine Customer Delight and Their Impact on Customer Loyalty. *International Journal of Applied Business and International Management*. 8(1). 1-13
- Sumolang, Ireine E., Tumbel, Altje L., dan Mandagie, Yunita. (2019). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Matahari Manado Town Square. *Jurnal EMBA*. 7(8), 3359-3368
- Vildayanti, Rina Ayu. (2019). Analisis Pengaruh Customer Delight (Adil dan Jujur (Justice), Pelayanan Terbaik (Esteem) dan Surprised/ Finishing Touch) Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Teler 77 di Jakarta Pusat Tahun 2019. *Journal of Applied Business and Economic*. 5(4), 315-339