



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Pengaruh *Emotional Labor* dan *Responsiveness* terhadap
Customer Experience pada FamilyMart**

**(Studi Kasus Pelanggan FamilyMart Condet,
Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur)**



Erica Adelia Gunawan

NIM 2205421059

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

ERICA ADELIA GUNAWAN. Pengaruh *Emotional Labor* dan *Responsiveness* terhadap *Customer Experience* Menggunakan Metode Kuantitatif pada FamilyMart Condet. Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *emotional labor* dan *responsiveness* terhadap *customer experience* pelanggan FamilyMart Condet, wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya berbagai keluhan pelanggan terkait sikap karyawan yang dinilai kurang ramah, kurang komunikatif, serta lambat dalam memberikan pelayanan, yang diduga memengaruhi pengalaman pelanggan selama berbelanja. *Emotional labor* diartikan sebagai kemampuan karyawan dalam mengelola dan menampilkan emosi yang sesuai saat berinteraksi dengan pelanggan, sedangkan *responsiveness* merujuk pada ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat, tepat, dan membantu pelanggan ketika dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan responden merupakan pelanggan yang pernah melakukan pembelian di FamilyMart Condet. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 1–4. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *emotional labor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience*. Selain itu, *responsiveness* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience*. Secara simultan, *emotional labor* dan *responsiveness* mampu menjelaskan variasi *customer experience* pelanggan secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengelolaan emosi karyawan dan ketanggapan pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif di industri ritel modern.

Kata kunci: *Customer Experience*, *Emotional Labor*, Pelayanan Pelanggan *Responsiveness*, Ritel Modern



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

ERICA ADELIA GUNAWAN. *The Influence of Emotional Labor and Responsiveness on Customer Experience Using a Quantitative Method at FamilyMart Condet*. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic, 2026.

This study aims to analyze the influence of emotional labor and responsiveness on the customer experience of FamilyMart Condet customers in the Kramat Jati area of East Jakarta. This study was motivated by various customer complaints regarding employees' attitudes, which were perceived as unfriendly, uncommunicative, and slow in providing service—factors suspected of affecting the customers' shopping experience. Emotional labor is defined as an employee's ability to manage and display appropriate emotions when interacting with customers, while responsiveness refers to an employee's ability to provide service quickly, accurately, and help customers when needed. This study employed a quantitative method with an associative approach. The sampling technique used non-probability sampling via purposive sampling, with respondents being customers who had previously made purchases at FamilyMart Condet. Data collection was conducted through the distribution of a questionnaire using a 1–4 Likert scale. The data obtained were analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The results of the study indicate that emotional labor has a positive and significant effect on customer experience. Additionally, responsiveness also has a positive and significant effect on customer experience. Collectively, emotional labor and responsiveness significantly explain the variation in customer experience. These findings indicate that improving the quality of employees' emotional management and service responsiveness are key factors in creating a positive customer experience in the modern retail industry.

Keywords: Customer Experience, Emotional Labor, Customer Service Responsiveness, Modern Retail



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dapat menyelesaikan Skripsi hidayah-Nya penulis yang berjudul “Pengaruh Emotional Labor dan Responsiveness terhadap Customer Experience pada FamilyMart (Studi Kasus Pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur)”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini adapun partisipasi yang terlibat, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos. M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta sekaligus dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan
4. Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd. selaku dosen pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan, serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Hendra dan Tini selaku orang tua yang selalu memberikan doa serta motivasi dan dukungan penuh kepada penulis dalam menjalankan kegiatan magang serta menyelesaikan skripsi ini
6. Regita, Rezky, dan Kayla selaku adik dan kakak yang selalu memberi dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Ranga Khalik, Medina Aulia, dan Arella Joanna selaku rekan – rekan yang selalu memberi semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak luput dari kekurangan. Mohon maaf atas segala kelemahan dalam penyusunan. Besar harapan penulis agar skripsi ini tidak hanya memenuhi syarat akademik, tetapi juga berguna bagi siapa saja yang membaca.

Jakarta, 26 Juni 2026

Penulis

Erica Adelia Gunawan

NIM 2205421059

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
TIM PENGUJI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Kerangka Teori.....	11
2.1.1. <i>Service Quality</i>	11
2.1.2. <i>Emotional Labor</i>	12
2.1.3. <i>Responsiveness</i>	15
2.1.4. <i>Customer Experience</i>	17
2.2. Hasil dari Penelitian/Jurnal yang Relevan.....	20
2.3. Perumusan Hipotesis	28
2.3.1. <i>Emotional Labor</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	28
2.3.2. <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	28
2.3.3. <i>Emotional Labor</i> dan <i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	29
2.4. Deskripsi Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	46



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.	Kerangka Penelitian	47
3.3.	Metode Penelitian.....	50
3.4.	Populasi dan Sampel	51
3.5.	Jenis dan Sumber Data	53
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	54
3.7.	Instrumen Penelitian.....	55
3.8.	Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		79
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	79
4.2.	<i>Pilot Test</i>	79
4.2.1.	Uji Reliabilitas <i>Pilot Test</i>	80
4.2.2.	Uji Validitas <i>Pilot Test</i>	83
4.3.	Hasil Rekapitulasi Data	84
4.3.1.	Karakteristik Responden	85
4.3.2.	Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian.....	88
4.4.	Hasil Analisis Data	103
4.4.1.	<i>Outer Model Test</i>	103
4.4.2.	<i>Inner Model Test</i>	107
4.5.	Pembahasan	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		113
5.1.	Kesimpulan.....	113
5.2.	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		120



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Google Maps Pelanggan FamilyMart Condet,	4
Tabel 2.1 Hasil dari Penelitian Terdahulu atau Jurnal yang Relevan.....	20
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	46
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 3.3 Skala Likert	59
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien	63
Tabel 4.1 Hasil Uji Outer Loading	80
Tabel 4.2 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>AVE</i>	82
Tabel 4.3 Hasil Uji Cross Loading.....	83
Tabel 4.4 Kategori Skoring	89
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Emotional Labor</i>	90
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Responsiveness</i>	95
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Customer Experience</i>	99
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	103
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	105
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis	107
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>F-Square</i>	108
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>R-Square</i>	109

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Retail di Indonesia Tahun 2025	1
Gambar 1.2 Lokasi dan Rating Gerai Ritel Modern di Kawasan Condet,	2
Gambar 2.1 Skema Dekripsi Konseptual.....	30
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	48
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	85
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian di FamilyMart Condet, Jakarta Timur.....	87
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan.	88



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan sektor ritel kontemporer Indonesia mencerminkan semakin ketatnya persaingan di negara ini, baik dari segi biaya maupun tingkat pelayanan. Aktivitas berbelanja telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya di ritel modern yang menyediakan kebutuhan sehari-hari secara praktis dan cepat. Dalam kondisi persaingan tersebut, perusahaan ritel tidak lagi cukup hanya menawarkan harga murah, tetapi juga dituntut untuk memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan melalui kualitas layanan yang unggul. Dibawah ini gambar 1.1 penjualan retail di indonesia tahun 2025.



Gambar 1.1 Penjualan Retail di Indonesia Tahun 2025

Sumber: Tradingeconomics.com, 2025

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan ritel di Indonesia terus mengalami peningkatan. Pada November 2025, penjualan ritel tumbuh sebesar 6,3% dibandingkan bulan Oktober 2025. Pertumbuhan industri ritel modern mendorong pelanggan memiliki banyak alternatif tempat berbelanja. Dalam kondisi tersebut, pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas interaksi pelayanan yang mereka terima selama berbelanja.

Persaingan industri ritel modern di Indonesia juga semakin ketat seiring bertambahnya jumlah gerai minimarket dari berbagai merek. Banyaknya jumlah gerai tersebut menyebabkan lokasi antar ritel modern sering kali saling berdekatan, bahkan hanya berjarak beberapa meter dalam satu kawasan perdagangan. Berdasarkan observasi di kawasan Condet, Jakarta Timur, terdapat

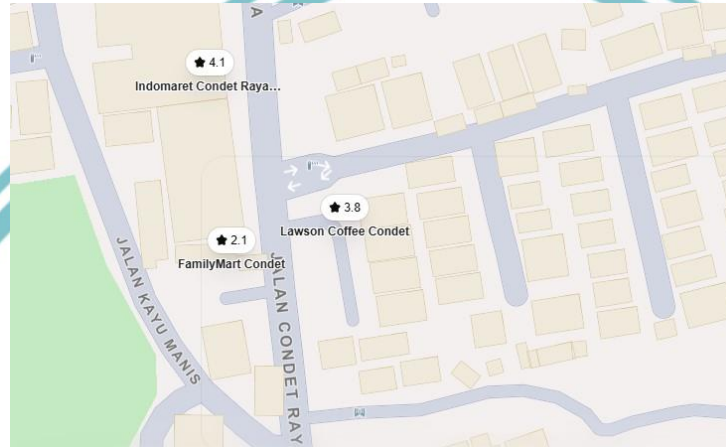


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

beberapa gerai ritel modern seperti FamilyMart Condet, Indomaret Condet Raya, dan Lawson Condet yang berada dalam lokasi yang saling berdekatan. Kondisi tersebut menunjukkan tingginya tingkat persaingan antar ritel modern karena pelanggan memiliki banyak alternatif tempat berbelanja dalam satu area yang sama. Dibawah ini gambar 1.2 Lokasi dan Rating Gerai Ritel Modern di Kawasan Condet, Jakarta Timur



Gambar 1.2 Lokasi dan Rating Gerai Ritel Modern di Kawasan Condet, Jakarta Timur

Sumber: Google Maps, 2026

Selain menunjukkan ketatnya persaingan lokasi antar ritel modern, Gambar 1.2 juga memperlihatkan adanya perbedaan penilaian pelanggan pada masing-masing gerai. FamilyMart Condet memperoleh rating sebesar 2,1, sedangkan Lawson Condet memperoleh rating 3,8 dan Indomaret Condet Raya memperoleh rating 4,1. Perbedaan rating tersebut menunjukkan bahwa FamilyMart memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih rendah dibandingkan kompetitor di sekitarnya meskipun berada pada lokasi yang berdekatan. Rendahnya penilaian pelanggan tersebut mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengalaman pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, FamilyMart dipilih sebagai objek penelitian karena dinilai memiliki permasalahan *customer experience* yang lebih menonjol dibandingkan ritel modern lainnya di kawasan.

Dalam konteks ritel modern, *customer experience* merupakan indikator utama layanan prima. Menurut Ghita (2023) *Customer experience* didefinisikan sebagai persepsi menyeluruh pelanggan yang terbentuk dari seluruh rangkaian



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

interaksi dan pengalaman selama berbelanja, mulai dari memasuki toko hingga menyelesaikan transaksi. Pengalaman yang positif akan mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja, sedangkan pengalaman yang negatif dapat menyebabkan pelanggan enggan kembali dan beralih ke ritel lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap titik kontak (*touchpoint*) dengan pelanggan mampu memberikan pengalaman yang konsisten dan menyenangkan.

Salah satu faktor internal karyawan yang berperan penting dalam membentuk *customer experience* adalah *emotional labor*. Menurut Anwar (2026) *motional labor* merupakan upaya karyawan dalam mengelola dan menampilkan emosi yang sesuai dengan standar perusahaan saat berinteraksi dengan pelanggan, seperti tetap ramah, sabar, dan sopan meskipun menghadapi tekanan kerja. Pengelolaan emosi yang baik dapat menciptakan suasana pelayanan yang menyenangkan bagi pelanggan.

Selain *Emotional Labor*, *Responsiveness* juga menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. *Responsiveness* merujuk pada tingkat ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, termasuk kecepatan dalam melayani pesanan, kesediaan membantu ketika pelanggan membutuhkan bantuan, serta kemampuan memberikan informasi yang jelas dan tepat. Menurut Sipahutar dkk. (2025), ketanggapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan menjadi bagian penting dalam menciptakan pelayanan yang efektif dan efisien. *Responsiveness* yang baik akan membuat pelanggan merasa diperhatikan dan dilayani dengan cepat, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan selama berbelanja.

Meskipun secara teoritis *emotional labor* dan *responsiveness* memiliki peran penting dalam menciptakan *customer experience* yang positif, dalam implementasinya di tingkat operasional toko masih ditemukan berbagai permasalahan dalam perilaku pelayanan karyawan. Fenomena tersebut ditemukan pada Minimarket FamilyMart Condet.

Untuk memperkuat fenomena permasalahan *customer experience* pada FamilyMart Condet, penulis juga melakukan observasi terhadap ulasan pelanggan pada Google Maps. Ulasan pelanggan dipilih karena dapat menggambarkan pengalaman langsung yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pelayanan di toko. Melalui ulasan tersebut, dapat diketahui berbagai bentuk penilaian pelanggan terhadap sikap, respons, dan kualitas pelayanan karyawan FamilyMart Condet. Adapun beberapa ulasan pelanggan terkait pelayanan di FamilyMart Condet dapat dilihat pada Tabel 1.2 Ulasan Google Maps Pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur, seperti pada tabel dibawah ini;

Tabel 1.1 Ulasan Google Maps Pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur

Periode Ulasan	Nama	Komentar
2 Tahun Lalu	Aulia Putri	jutek banget ga yang karyawan cowo/cewe, pelayanan nya lama banget, suka oper operan order padahal karyawan nya banyak, bener bener gak ramah sama costumer, sayang banget padahal tempat enak tapi suasana karyawan ke costumer bikin gak nyaman sama sekali. kata permisi silahkan makasih tuh jarang banget di ucap sama karyawan malah di jutekin
2 Tahun Lalu	Ferdhi	pelayanannya lama banget padahal kasir nya ada 4 dan antrian juga ga begitu banyak, masa ngelayanin 1 orang ajaa bisa lebih dari 20 menit si
1Tahun Lalu	Ananda Pratiwi	Point + banyak variannya, entah minuman atau makanan. Yang jadi permasalahan nya, karyawan nya gaenak di lihat, bener bener jutek, no hospitality, service time lama banget.Maybe mau closing an, dan di kejar waktu, tapi customer itu number one. Pengalaman kerja di F&B, greget liat crew yang klemar klemar.Semoga masukannya bisa di buat patokan perbaikan.
1 Tahun Lalu	Chika	Bad service. Mba-mba yang pake kerudung jutek dan cuek bgt ga ada ramah-ramahnya. ditanya pertanyaan simple aja malah nyuruh rekan cowonya buat jawab. Gws mba semoga hari-harimu membaik.
1 Tahun Lalu	Archive Ice	jujur gangerti sm pelayanan nya bener bener buruk bgt gak yg cwe ga yg cowo semua judes bgt gaada ramah2 nya, ngelayanin klemar klemar, ditanya malah ga jawab langsung ngasi gt aja, orang mau makasii juga males klo pelayanan nya ga ramah, pls perbaiki attitude nya dong
5 Bulan Lalu	Naufal Senja	Pelayanannya buruk, lama, dari semua FamilyMart yang saya kunjungi, cabang ini paling kacau. Saya pecinta FamilyMart yang setiap minggu pasti beli, di cabang ini sangat mengecewakan. Hari

bersambung

sambungan tabel 1.1

		ini, Mesin Kopi rusak dan banyak produk habis, yang di confirm setelah terjadi kerusakan dan kehabisan produk. Sehingga banyak customer yang disuruh ganti produk pembeliannya. Sangat lambat, pelayanan kasir juga salah, gk mudeng, aneh. Ada 1 karyawan cewe, sikapnya sangat tengil, tidak sopan sama customer, judes, intinya karyawan cewe itu yang membuat suasana kasir jadi buruk.
3 Bulan Lalu	Kamalludin Akma	Pagi ini tgl 11 des 25 jam 06:45 pagi heran ya sama karyawan familymart gak ada ramah2nya dan sopan, terutama yg cewek yg pagi ini display makan yg gak pake kaca mata ampun dh judes bgt, emang kaga ditraining apa cara melayani pelanggan.
2 Bulan Lalu	Mongol Coi	Kalau mau ngelatih kesabaran disini tempatnya. Order makanan kelarnya lama. Bukannya diprioritaskan malah ngerjain yang lain padahal antrin banyak. Kalo gak ditanyain ntah kapan dibuatnya. Servicenya memang agak laen.
1 Bulan Lalu	Yuyun	Family mart nya sangat jelek, pelayanan nya jelek, karyawannya lelet Mesen kopi saja bisa 30 menit
3 Minggu lalu	Nur Syabilla	Pelayanan yang amat sangat buruk dan tidak ramah ketika cust dtg malah pasang muka yg ga enakin dan waktu ditanya terkait pesanan malah dicuekin ky ga punya sopan santun ,ya secape' nya orderan hrusnya ramah ya tpi saya hrp kedepanny si lebih menerapkan 3s ya
5 Hari Lalu	Asyifa Maulidia	Pelayanan lama

Sumber: Diolah Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 ulasan Google Maps pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur pada Google Maps, berbagai keluhan terkait pelayanan di FamilyMart Condet. Beberapa pelanggan menilai bahwa karyawan kurang ramah saat melayani, seperti memasang ekspresi wajah yang tidak menyenangkan, bersikap cuek ketika pelanggan bertanya mengenai pesanan, serta kurang menunjukkan sikap sopan dalam berinteraksi. Selain itu, terdapat ulasan yang menyebutkan bahwa karyawan terlihat judes dan tidak menerapkan standar keramahan pelayanan yang seharusnya diberikan kepada pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan *emotional labor* oleh karyawan belum dirasakan secara optimal oleh pelanggan, khususnya dalam menampilkan ekspresi emosi positif seperti ramah, sopan, dan bersahabat selama proses pelayanan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selain permasalahan sikap pelayanan, beberapa pelanggan juga mengeluhkan proses pelayanan yang dinilai lambat, pesanan yang tidak segera dipanggil meskipun telah siap, serta koordinasi antar staf yang kurang baik sehingga menyebabkan antrean menjadi tidak jelas. Beberapa ulasan bahkan menyebutkan bahwa pesanan baru diberikan setelah pelanggan menanyakan kembali kepada karyawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek *responsiveness* dalam pelayanan masih belum optimal, terutama dalam hal ketanggapan karyawan dalam memproses pesanan, memberikan informasi kepada pelanggan, serta mengelola alur pelayanan saat jumlah pelanggan meningkat. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi *customer experience* pelanggan selama berkunjung, karena pelayanan yang tidak ramah dan lambat dapat menimbulkan pengalaman berbelanja yang kurang menyenangkan bagi pelanggan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *emotional labor* berperan penting dalam menghadirkan pengalaman konsumen yang memuaskan. Penelitian yang dilakukan oleh (Anwar, 2026) menunjukkan bahwa *emotional labor* berpengaruh positif terhadap kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang mampu mengelola emosi dengan baik, seperti menampilkan sikap ramah, sopan, dan bersahabat, dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan selama proses pelayanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan karyawan dalam menampilkan emosi positif sesuai dengan standar organisasi dapat memberikan kontribusi terhadap terbentuknya pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Selain itu, penelitian Zebua dkk. (2025) menunjukkan bahwa *responsiveness* atau ketanggapan pendapat pelanggan mengenai kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan oleh karyawan. *Responsiveness* tercermin dari kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, kesediaan membantu ketika pelanggan membutuhkan bantuan, serta kemampuan memberikan informasi yang jelas dan tepat. Ketanggapan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih positif.

Selanjutnya, penelitian Marliana dkk. (2023) menunjukkan bahwa *customer experience* terbentuk dari seluruh rangkaian interaksi pelanggan dengan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perusahaan, termasuk interaksi langsung dengan karyawan layanan. Tingkat pelayanan yang diberikan oleh para staf selama interaksi tersebut memengaruhi pengalaman pelanggan, selain dari produk-produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perilaku pelayanan karyawan yang ramah, tanggap, dan profesional menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan.

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih lebih banyak menempatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh *emotional labor* dan *responsiveness* terhadap *customer experience* dalam konteks ritel modern, khususnya pada tingkat toko cabang, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *emotional labor* dan *responsiveness* terhadap *customer experience* pelanggan pada FamilyMart Condet.

Sebagai batasan penelitian, kajian ini difokuskan pada pengaruh *emotional labor* dan *responsiveness* terhadap *customer experience* pelanggan di FamilyMart Condet. Penelitian ini hanya menyoroti bagaimana kemampuan karyawan dalam mengelola emosi saat berinteraksi dengan pelanggan serta tingkat ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan dapat memengaruhi pengalaman pelanggan selama berkunjung dan melakukan transaksi. Penelitian ini tidak mencakup aspek lain seperti kinerja keuangan perusahaan, strategi pemasaran, maupun faktor eksternal yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan, seperti harga produk, promosi, dan lokasi toko.

Dengan batasan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi perbaikan terhadap perilaku pelayanan karyawan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian *Pengaruh Emotional Labor dan Responsiveness terhadap Customer Experience pada FamilyMart (Studi Kasus Pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur)*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2. Identifikasi Masalah

Informasi latar belakang yang disajikan di atas memungkinkan kita untuk mengidentifikasi sejumlah isu penting yang menjadi fokus penelitian ini, antara lain:

- a. Masih ditemukannya keluhan pelanggan di FamilyMart Condet terkait sikap karyawan yang kurang ramah, bersikap cuek, serta kurang komunikatif saat melayani pelanggan, yang mengindikasikan bahwa penerapan *emotional labor* karyawan belum berjalan secara optimal.
- b. Pelayanan karyawan juga dinilai kurang tanggap, terutama dalam hal kecepatan memproses pesanan, memberikan informasi kepada pelanggan, serta merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat, yang menunjukkan bahwa aspek *responsiveness* dalam pelayanan masih belum optimal.
- c. *Emotional labor* dan *responsiveness* yang belum konsisten tersebut diduga berdampak pada *customer experience* pelanggan di FamilyMart Condet yang belum terbentuk secara positif dan berkelanjutan selama proses kunjungan dan transaksi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *emotional labor* berpengaruh terhadap *customer experience* pelanggan di FamilyMart Condet?
- b. Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap *customer experience* pelanggan di FamilyMart Condet?
- c. Apakah *emotional labor* dan *responsiveness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *customer experience* pelanggan di FamilyMart Condet?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *emotional labor* terhadap *customer experience* pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur
- b. Untuk menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap *customer experience* pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur
- c. Untuk menganalisis pengaruh *emotional labor* dan *responsiveness* secara simultan terhadap *customer experience* pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik dari aspek teoritis maupun aspek praktis. bagi peneliti, perusahaan ritel, mahasiswa, serta masyarakat secara umum.

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan manajemen pemasaran dan manajemen layanan, khususnya mengenai peran *emotional labor* dan *responsiveness* dalam menciptakan layanan prima berbasis *customer experience* pada industri ritel modern.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik terkait faktor internal karyawan dalam membentuk pengalaman pelanggan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang layanan prima dan *customer experience*.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

- a) Memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh *emotional labor* dan *responsiveness* terhadap *customer experience* pelanggan dalam konteks layanan prima ritel modern.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b) Mengembangkan kemampuan analisis dan penerapan metode penelitian di bidang manajemen jasa dan pemasaran layanan.
- 2) Bagi Perusahaan
 - a) Memberikan gambaran mengenai persepsi pelanggan terhadap pengelolaan emosi dan perilaku pelayanan karyawan sebagai bagian dari layanan prima.
 - b) Menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam merumuskan strategi peningkatan layanan prima melalui pengelolaan *emotional labor* dan *responsiveness*.
 - c) Membantu perusahaan meningkatkan *customer experience* pelanggan sehingga mampu memperkuat loyalitas pelanggan dan daya saing perusahaan.
- 3) Bagi Mahasiswa
 - a) Menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang tertarik pada kajian layanan prima, manajemen jasa, dan *customer experience*.
 - b) Menambah wawasan mengenai pentingnya *emotional labor* dan *responsiveness* dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul.
 - c) Menjadi acuan dalam penyusunan penelitian sejenis di masa mendatang dengan perspektif pelanggan.
- 4) Bagi Masyarakat
 - a) Memberikan pemahaman mengenai pentingnya layanan prima melalui *emotional labor* dan *responsiveness* dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif.
 - b) Mendorong peningkatan standar layanan prima pada sektor ritel modern.
 - c) Memberikan manfaat berupa pengalaman berbelanja yang lebih nyaman, menyenangkan, dan berkualitas bagi pelanggan ritel.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Emotional Labor* dan *Responsiveness* terhadap *Customer Experience* pada pelanggan FamilyMart Condet, Wilayah Kramat Jati, Jakarta Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Emotional Labor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Experience* pelanggan FamilyMart Condet. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan karyawan dalam mengelola dan menampilkan emosi secara ramah, sopan, serta profesional selama proses pelayanan mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih positif bagi pelanggan. Dengan demikian, semakin baik penerapan *emotional labor* oleh karyawan, maka semakin baik pula *customer experience* yang dirasakan pelanggan.
- b. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Experience* pelanggan FamilyMart Condet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan, membantu pelanggan, memberikan informasi yang jelas, serta melayani dengan cepat mampu meningkatkan pengalaman pelanggan selama berbelanja. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *responsiveness* karyawan, maka semakin baik *customer experience* yang terbentuk.
- c. *Emotional Labor* dan *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Experience* pelanggan FamilyMart Condet. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemampuan karyawan dalam mengelola emosi dan ketanggapan dalam memberikan pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Dengan demikian, peningkatan *emotional labor* dan *responsiveness* secara bersama-sama dapat meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan di FamilyMart Condet.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Emotional Labor* dan *Responsiveness* terhadap *Customer Experience* pada pelanggan FamilyMart Condet, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Manajemen FamilyMart Condet disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan pelayanan (*service excellence training*) secara berkala bagi karyawan yang berfokus pada pengembangan kemampuan mengelola emosi, komunikasi dengan pelanggan, serta penerapan budaya 3S (Senyum, Salam, dan Sapa) guna meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan.
- b. Manajemen FamilyMart Condet perlu melakukan evaluasi terhadap pembagian tugas dan jumlah karyawan pada jam-jam sibuk, serta menetapkan standar waktu pelayanan agar proses pemesanan dan transaksi dapat berlangsung lebih cepat sehingga keluhan pelanggan terkait pelayanan yang lambat dapat diminimalkan.
- c. Manajemen FamilyMart Condet disarankan untuk melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara rutin melalui pemantauan ulasan pelanggan pada Google Maps maupun survei kepuasan pelanggan, sehingga keluhan pelanggan dapat segera ditindaklanjuti sebagai bahan perbaikan pelayanan.
- d. PT Fajar Mitra Indah selaku pengelola FamilyMart Indonesia disarankan untuk menerapkan sistem penilaian kinerja yang memasukkan aspek keramahan dan ketanggapan pelayanan sebagai indikator evaluasi karyawan, serta memberikan penghargaan (*reward*) kepada karyawan yang menunjukkan kualitas pelayanan yang baik agar tercipta budaya pelayanan yang berorientasi pada pelanggan.
- e. Karyawan FamilyMart Condet diharapkan dapat meningkatkan koordinasi antar sesama rekan kerja, memberikan respons yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan, serta mempertahankan sikap ramah, sopan, dan komunikatif selama proses pelayanan guna menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih positif bagi pelanggan.

- f. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi *customer experience*, seperti *service quality*, *store atmosphere*, *customer satisfaction*, dan kualitas produk, serta memperluas objek penelitian pada cabang FamilyMart lainnya atau ritel modern yang berbeda sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L., Mappanyompa, & Effiyaldi. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep dan Aplikasi)* (Vol. 12). 2022.
- Agustiono, Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja)*. 11(2), 244–256.
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2023). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif (Pengujian Hipotesis Asosiatif Korelasi)*. 1(3). <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Alqawi, D., Ali, H., & Fauzi, A. (2024). *Determinasi Produktivitas Kerja Melalui Motivasi : Analisis Lingkungan Kerja, Disiplin, Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Tenaga Kesehatan RS. Satria Medika Bekasi*. 5(3), 367–380.
- Anan, N. (2021). *Roles of Customer Satisfaction and Customer Perceptions in Relationships between The Emotional Labor Performance Roles of Customer Satisfaction and Customer Perceptions in Relationships between The Emotional Labor Performance*. 1(3), 1061–1079. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i3/9098>
- Anwar, M. H. (2026). *Penelitian & Pengabdian Pengaruh Emotional behavior dan motivasi kerja terhadap kinerja dengan Burnout sebagai mediasi (Studi pada Frontliner di Coffeeshop Samarinda)*. 5(1), 364–378.
- Bayuardie, D., & Nisa, P. C. (2023). *Hubungan Antara Emotional Intelligence , Kualitas Layanan , Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. 02, 1–17.
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). *Pengumpulan Data Penelitian*. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443.
- Fathony, I. (2022). *Pengaruh Pelatihan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Prima Raya Karya Perkasa*. 06(07), 2461-0593.
- Gani, A., Nur, F., & Sajidah, A. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Responsifitas Karyawan PT KAI Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 5(4), 713–721. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jebs/article/view/3226>
- Ghita, L. (2023). *Customer Experience in Marketing Research : a state-of-the-art Literature Review* 06(08), 2531-2876.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Haifa, N. M., Harmonedi, Hidayatullah, R., Nabilla, I., & Rahmatika, V. (2025). *Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan*.2(2),256–270.

<https://doi.org/https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>

Han, J., Yin, H., Yang, X., & Wang, F. (2021). *Does Emotional Labor Matter for University Teaching? Examining the Antecedents and Consequences of University Teachers ' Emotional Labor Strategies*. 12(September), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.731099>

Hermiana, D., & Huda, N. (2024). *Memahami Populasi dan Sampel : Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*. 5(12), 5937–5948.

Indiani, N. L. P., Putra, I. B. U., & Wibawa, I. M. A. S. (2025). *The Impact Of Emotional Labor And Workplace Incivility On Psychological Well-Being In Restaurants In Denpasar City With Burnout As a Mediating Variable*. 6(5), 1026–1038.

Indriani, S. N. (2024). *Pengaruh Kepemimpinan Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Karang Setra Hotel & Cottages Bandung*. 10(2), 1144–1154.

Irma, A., & Saputra, H. (2020). *Pengaruh Tangible Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Garuda Plaza Hotel*. 9(3), 164–171.

Juniarsa, N., Rofiudin, M., & Shabry, M. (2021). *Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat*. 19(02), 2686–3456.

Marliana, E., Pertiwi, F., Dwi, I., Rizki, N., Syahputro, S. B., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Tanjungpinang, P. (2023). *Analisis Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Konsumen Onevape Store*. 2(4), 793–800.

Musari, F. F., Hardilawati, W. L., Akhmad, I., & Riau, U. M. (2023). *Pengaruh Customer Experience , Nilai Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Point Coffee Di Kota Pekanbaru*. 3, 498–511.

Muspawi, M., & Sulung, U. (2024). *Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier*. 5(3), 110–116.

Nggili, R. A., Bias, I., Prasadhy, G., & Hidayah, D. R. (2024). *Emotional Labour Dalam Pelayanan dan Pengaruhnya Kepada Pelanggan di Kafe Yege Resto Di Salatiga*. 2(1), 13–25.

Ningsih, A., & Sari, R. (2024). *Customer value Dan Customer Experience Terhadap Customer satisfaction*. 10(3), 2171–2178.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Permatasari, D., & Hidayat. (2025). *Exploring How Emotional Service Experience and Responsiveness Satisfaction Drive Purchase Decisions in a Service Context*.06(04),848–868.

<https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v6i4.2533>

Priska, K., Dewi, S., Endrawan, K., & Putra, S. (2025). *Pengaruh Responsiveness Dan Tangible Terhadap Customer Satisfaction Pada Hotel Lovina Beach Club & Resort*. 8(2), 85–96.

Purnivira, I., & Susiani. (2025). *Analisis Kualitas Pelayanan Dilihat dari Aspek Responsiveness (Ketanggapan) di Puskesmas Bentot, Kabupaten Barito Timur*. 8, 298–304.

Putra, H. P., & Umammi, M. K. El. (2026). *Pengaruh Sensory Marketing , Experiential Value , Dan Emotional Labor Terhadap Repurchase Intention Konsumen Warung Kopi Lokal Di Kota Samarinda : Pendekatan Mixed Methods Dengan SEM-PLS*. 5(01), 69–78.

Putri, K., Santy, A., & Lakoni, I. (2024). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Financial Technology , Financial Attitude dan Financial Behavior Terhadap Financial Literacy (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Bengkulu)*. 5(2), 454–469.

Rahmadina, R. N., & Palupi, G. S. (2026). *Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi Green SM Menggunakan Kerangka Pengembangan Technology Acceptance Model (TAM)*. 03, 208–217.

Saputra, F., Lake, Y., & Taena, E. T. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Telekomunikasi PT . Telkom Indonesia*. 04(3), 2345-2567

Sengkey, M. M., Sinaulan, N. L., Hiola, T. R., & Menggala, N. P. (2025). *Gambaran Emotional Labour pada Pengemudi Ojek Online di Kota Manado*. 3(4), 4388–4395.

Sipahutar, C. V., Studi, P., Terapan, S., Digital, B., Niaga, J. A., & Bengkalis, P. N. (2025). *Pengaruh Ketanggapan (Responsiveness) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Pesona (Studi Kasus Masyarakat Bengkalis)*. 03(4), 3465-4567

Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). *Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction : Empirical Evidence from Bank Study*. 1, 93–106.

Tabrani. (2023). *Perbedaan antara penelitian Kualitatif (Naturalistik) dan Penelitian Kuantitatif (Ilmiah) dalam barbagai Aspek*. 5, 318–327.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Widjaya, D. A. (2025). *Pengaruh Responsivitas Karyawan dalam Menghandling Complaint Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Kereta Api Indonesia Daop III Cirebon*. 08(19), 1445–2238.

Wijaya, H., Halin, H., & Rinda, Y. (2022). *Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualan Pada CV. Karunia Kaca Palembang*. 2, 49–56.

Wusko, A. U., & Auliyah, K. (2024). *Pengaruh Destination Image Dan Customer Experience Terhadap Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Taman Safari Indonesia II Jatim (Survei Pada Pengunjung Taman Safari Indonesia II Jatim) Pendahuluan*. 13(1), 208–220.

Yang, C., & Chen, A. (2021). *Strategic Revival of HSM Emotional labor : A comprehensive literature review*. 40, 479–501. <https://doi.org/10.3233/HSM-200937>

Yarsasi, S., Tahyudin, I., & Hariguna, T. (2025). *Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner dengan Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling pada Aplikasi SMARTPLS Analysis of Validity and Reliability of Questionnaires Using Partial Least Squares Structural Equation Modeling Method on*. 5(7), 1905–1913.

Zebua, D. D., Waruwu, E., & Halawa, F. (2025). *Pengaruh Employee Engagement terhadap Kinerja Organisasi dan Kepuasan Pelanggan pada Sektor Jasa*. 01(03), 157–162.

Zelda, F., & Taupik, M. (2024). *Kualitas Pelayanan Pembuatan Surat Keterangan Catatan Kepolisian (SKCK) Dilihat Dari Aspek Responsiveness (Ketanggapan) pada Polres Tabalong*. 7, 1373–1386.